INT-0301

CEPAL/PROCADES (132/0

Distr.
LIMITADA
PROCADES/CEPAL
Septiembre, 1982

EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE MEXICO

(Versión preliminar)

Este documento fue preparado por el señor Jacobo Schatan, consultor del Programa PROCADES/CEPAL, para su presentación en el Encuentro Internacional sobre Abastecimiento de Grandes Ciudades, a celebrarse en Curitiba, Brasil, del 18 al 22 de octubre de 1982

82-9-458

INDICE

	Página
Introducción	1
I. El marco general	5
1. Aspectos demográficos	5
2. Aspectos socioeconómicos	9
3. Aspectos del desarrollo agrícola	16
4. El comercio exterior de alimentos	23
5. La industria alimentaria	25
II. El abastecimiento de alimentos en la ciudad de México	30
1. El consumo global de alimentos en el área metropolitana	30
2. Estructura actual del comercio de alimentos a nivel nacional y en la ciudad de México	31
3. El comercio mayorista	35
a) El comercio de frutas y hortalizas	36
b) Comercio de productos de origen animal	52
4. Principales canales privados de distribución minorista	60
a) Comercio de abarrotes y rubros diversos	62
b) Mercados públicos	63
c) Tianguis	65
d) Concentraciones	66
e) Mercados sobre ruedas (MSR)	66
f) Tiendas de autoservicios o supermercados	67
g) Vendedores ambulantes	68
5. El papel del Estado en la distribución de alimentos	68
a) CONASUPO	70
b) Impulsora del pequeño comercio, S. A. (IMPECSA)	74
c) Procuraduría Federal de Protección al Consumidor	75
d) Instituto Nacional del Consumidor	75

/III. Alimentación

		Página
III.	Alimentación y nutrición en la ciudad de México	77
	1. Factores determinantes en el estado nutricional de las personas	77
	2. Consumo de alimentos por estratos de ingreso, nivel nacional	78
	3. Consumo en el área metropolitana	81
	4. Consecuencias nutricionales de los diversos niveles de consumo alimentario	86
	5. Distribución intra-familiar de los alimentos y alimentación infantil	87
	6. Los patrones del gasto en alimentación	95
	7. La publicidad y el consumo alimentario	98
IV.	Conclusiones	103
Notas		109

/INTRODUCCION

INTRODUCCION

Por más de 40 años México ha venido registrando una elevada tasa de crecimiento económico, con un promedio de 6% anual, basado en un poderoso empuje hacia la modernización y expansión de los sectores de la producción manufacturera y agroindustrial y en una ampliación considerable del sector terciario. Sin embargo, este proceso se ha visto acompañado --durante los últimos 15 años-- por un deterioro de la situación alimentaria, según lo evidencian la mala situación nutricional que afecta a una proporción considerable de su creciente población y la disminución de su nivel de independencia alimentaria.

Después del período presidencial de Lázaro Cárdenas (1935-1940), cuando llegó a su punto cultimante 1/* el proceso de Reforma Agraria que comenzara con la Revolución de 1910-1917, el del desarrollo mexicano comenzó a alejarse del modelo básicamente "agrarista" predominante hasta entonces, para dar paso a un modelo de desarrollo "urbano-industrial". Después de la Segunda Guerra Mundial se acentúa la inserción de México en la economía mundial, particularmente dentro del área de influencia de los Estados Unidos. Ello no es sorprendente dada la vecindad geográfica y la emergencia de los Estados Unidos como la potencia dominante en el mundo occidental. Esta inserción adquirió un ritmo especialmente rápido en los últimos 10 años, y se acentuó en los últimos cinco a seis, debido al auge petrolero. La "modernización" del país tuvo como resultado la emergencia de nuevos patrones de producción y consumo, el aumento de las importaciones de alimentos, la creciente marginalización de vastos segmentos de la población urbana y rural, y la creciente penetración del capital extranjero y de su influencia sobre casi todas las esferas de actividad.

Las políticas gubernamentales a partir de los años cuarenta favorecieron la expansión y modernización del sector privado de la economía. En la agricultura ello se hizo evidente a través de las cuantiosas inversiones en obras de riego, caminos y otra infraestructura al servicio de las empresas comerciales. La agricultura ejidal y comunal, así como aquella operada por pequeños productores privados, fue descuidada; ello dió lugar a un éxodo masivo hacia las ciudades --especialmente hacia la capital de la República-- ya que el énfasis en los métodos modernos de cultivo en las áreas regadas y en el desarrollo de la ganadería tuvo un impacto negativo sobre la situación del empleo en las áreas de temporal donde se asienta la agricultura tradicional y donde vive la mayor parte de la población rural.

Conjuntamente con lo anterior hay que señalar la enorme diferencia de productividad entre los trabajadores de la agricultura y del resto de las actividades económicas, que se traduce --aunque no siempre de manera proporcional-- en diferenciales muy importantes de remuneración. Así, por ejemplo, el PIB agrícola por trabajador de esa

---

* Las notas que se indican en el texto aparecen a partir de la página 109.

/actividad

actividad en el año 1940 era de 2 364 pesos (de 1960) mientras que el promedio por trabajador en el resto de la economía era de casi 17 000 pesos (1960), o sea siete veces más. En 1976 la relación es un poco menor, 6.7 veces, pero las diferencias en términos absolutos son abismantes: 5 272 pesos (de 1960) en la agricultura y 35 122 pesos (de 1960) por trabajador en el resto de la economía. De una diferencia de 14 600 pesos en 1940 se pasa a una de 30 000 pesos, ambas en moneda constante. Pese a que la población económicamente activa en el resto de la economía aumentó cinco veces entre 1940 y 1976, de 2.2 a 10.3 millones mientras que en la agricultura sólo creció de 3.8 a 7 millones, el fenómeno anterior fue posible gracias al incremento de casi 10 veces en el PIB del resto, en comparación con sólo cuatro veces en la agricultura. 2/

El masivo proceso de urbanización significó cambios sustanciales en los patrones de consumo alimentario; decreció la importancia de los alimentos básicos tradicionales como maíz y frijol, y aumentó aquella de los productos de origen animal y de comestibles industrializados. Ello provocó cambios igualmente importantes en los patrones de producción. Se expandió el área dedicada a cultivos forrajeros (sorgo y soya, principalmente) a expensas de la superficie maicera; al mismo tiempo se destinó una mayor cantidad de recursos de tierra y capital a la producción para la exportación a fin de satisfacer la creciente demanda del mercado norteamericano por cortes baratos de carne, verduras y frutas.

En suma, toda la maquinaria para el desarrollo se dirigió primordialmente a satisfacer las necesidades de los grupos de ingresos altos y medianos de dentro y fuera del país. Junto con agudizar la concentración del ingreso, este modelo de desarrollo contribuyó a acentuar la incapacidad de la agricultura mexicana para satisfacer las necesidades alimentarias de las grandes masas de la población, lo que se reflejó en crecientes importaciones de productos básicos, que llegaron a cerca de 10 millones de toneladas en 1980.

El deterioro de la situación alimentaria y nutricional, así como la creciente dependencia de las importaciones para completar el suministro, indujo al Gobierno de México a adoptar en 1980 una serie de medidas destinadas a modificar las estrategias de desarrollo seguidas hasta entonces, en particular aquellas relacionadas con la producción, distribución y consumo de alimentos, con el triple objetivo de alcanzar la autosuficiencia en productos básicos, mejorar la distribución del ingreso y lograr un estado nutricional más satisfactorio para toda la población. El proyecto global, denominado "Sistema Alimentario Mexicano", estuvo compuesto originalmente por 20 subproyectos que abarcaban los aspectos más relevantes de las esferas mencionadas y que sugerían medidas de política que iban desde el otorgamiento de precios de garantía más elevados para diversos productos como maíz y frijol --típicos de la economía campesina-- hasta el fortalecimiento de los mecanismos de distribución al por menor de organismos públicos para atender en mejor forma las necesidades de los grupos más pobres de la población.

/Dentro

Dentro de este cuadro general se inserta la problemática particular de cómo se ha venido alimentando la población de la ciudad de México. No hay duda que el acelerado crecimiento de esta urbe, hasta convertirse en una de las más grandes del mundo, y la consiguiente concentración en ella de las actividades económicas en proporción mayor que la de su magnitud demográfica, han tenido un impacto poderoso sobre el curso del desarrollo que se ha descrito brevemente más arriba, a la vez que han sido en buena medida un resultado del mismo. El gigantismo capitalino, con sus secuelas de hacinamiento, contaminación atmosférica, etc. ha provocado al mismo tiempo un profundo deterioro en mucha zonas rurales; degradación ecológica, disminución del potencial productivo, pérdida de empleos; etc.; como consecuencia, fuerte emigración a las ciudades, y en particular a la ciudad de México.

Se establece así un círculo vicioso que da lugar al deterioro acelerado y simultáneo de las condiciones de vida en los dos extremos de este vaso comunicante. Aunque las nuevas políticas implantadas hace dos años han tenido un claro éxito inicial, es prematuro todavía considerar que se ha quebrado definitivamente la tendencia de los últimos dos decenios. En todo caso, resulta fácil colegir los enormes problemas que enfrenta el abastecimiento de una ciudad como la de México. En las páginas que siguen se intenta dar una visión sintética acerca de los complejos mecanismos mediante los cuales se alimenta diariamente a esta megalópolis, de los problemas que en este sentido existen y cómo ellos afectan de manera diversa a distintos grupos sociales y finalmente de cuáles son las políticas oficiales vigentes para resolverlos.

Este trabajo se ha dividido en cuatro capítulos. En el primero se esbozan algunas de las características principales del marco socio-económico-político general dentro del cual se inserta la realidad metropolitana. El acento principal se coloca en los aspectos demográficos, socio-económicos y los referentes al desarrollo agropecuario. El segundo capítulo, tal vez el más complejo de elaborar, contiene la descripción y análisis del sistema de distribución de los principales alimentos en la ciudad de México y las políticas oficiales concretas que conciernen a esta esfera. En el tercer capítulo se examinan los aspectos relativos al consumo de alimentos y sus consecuencias nutricionales para diferentes grupos sociales, incluyendo los factores determinantes de los patrones y tendencias vigentes así como las medidas que se adoptan para modificar los efectos perniciosos detectados. En el cuarto y último capítulo se presentan diversas conclusiones, que engloban tanto las políticas en curso o proyectadas como algunas sugerencias del autor sobre posibles lineamientos de políticas --adicionales o sustituvas-- encaminadas a resolver los estrangulamientos y defectos fundamentales examinados en los capítulos segundo y tercero.

/I. EL MARCO

I. EL MARCO GENERAL

1. Aspectos demográficos

México ha experimentado un incremento acelerado de su población, particularmente en los últimos 40 años. Elevadas tasas de fertilidad, acompañadas de un descenso en las de mortalidad, dieron lugar a un explosivo crecimiento de la población que ha pasado de 13 millones de habitantes a comienzos de siglo a más de 70 millones en la actualidad. La composición de esta población ha variado radicalmente en estos 80 años: de un 20%, a comienzos de siglo, la población urbana llegó a 65% en 1978 (porcentaje probablemente mayor en 1982). Por razones que se examinan más adelante, el éxodo del campo a las ciudades ha sido especialmente impresionante en el caso de México; según se aprecia en el cuadro 1, de los 52 millones de personas en que se incrementó la población entre 1900 y 1978, sólo 12 millones quedaron en las áreas rurales, mientras que los otros 40 fueron a sumarse a los dos millones y pico que habitaban en ciudades a comienzos de siglo. Un porcentaje apreciable de la población en ciudades se ha acumulado en la capital: se estima que el área metropolitana alcanza hoy día a unos 16 millones de habitantes, y se estima que podrá llegar a unos 30 millones a finales de siglo. En el cuadro 2 se presentan cifras sobre el crecimiento demográfico entre 1940 y 1970 en el Distrito Federal y el Estado de México. Resulta indispensable tomar conjuntamente a estas dos entidades políticas, puesto que una buena parte de la población del área metropolitana se encuentra radicada en la periferia del Distrito Federal, dentro del Estado de México, pero que en la práctica constituyen una sola aglomeración urbana. 3/ Puede apreciarse allí que la población metropolitana representaba en 1940 el 14.8% del total nacional; en 1970 ese porcentaje alcanzaba 22.1% y se estima que en la actualidad tal proporción se acerca al 25%. Como se verá oportunamente, tal concentración demográfica presenta una cantidad enorme de problemas de todo orden, no siendo los menores aquellos referidos al abastecimiento de alimentos.

Como se ha dicho, una buena parte de la nueva población metropolitana ha sido de proveniencia rural, que ha emigrado del campo por falta de oportunidades de trabajo, tratando de escapar de la miseria extrema imperante en el ámbito rural. Muchos de ellos se han instalado en las zonas periféricas, en terrenos baldíos, improvisando viviendas de cualquier manera. Nuevas ciudades adyacentes al Distrito Federal han nacido en los últimos 20 años; una de ellas --Ciudad Netzahualcóyotl-- no figuraba en el censo de 1960 (aun cuando su establecimiento informal, bajo otro nombre administrativo, data probablemente de los años cuarenta); en 1970 registraba alrededor de 600 000 habitantes y se calcula que hoy supera la cifra de dos millones.

Es interesante anotar la relación inversa que existe entre el grado de escolaridad y el nivel de fecundidad. Según se aprecia en el cuadro 3, el número de hijos nacidos vivos entre las mujeres sin estudios era alrededor del doble que entre aquellas que tenían educación secundaria, en todos los estratos de edades. Ahora bien, la proporción de hogares

/Cuadro 1

Cuadro 1

CRECIMIENTO DEMOGRAFICO EN MEXICO, 1900-1978

(Miles de personas)

	Población total	Población urbana		Población rural	
		Número	Porcentaje	Número	Porcentaje
1900	13 607	2 640	19.4	10 967	80.6
1930	16 552	5 545	33.5	11 007	66.5
1940	19 653	6 898	35.1	12 755	64.9
1950	25 791	10 987	42.6	14 804	57.4
1960	34 923	17 706	50.7	17 217	49.3
1970	50 695	29 758	58.7	20 937	41.3
1978 a/	65 864	42 746	64.9	22 118	35.1

Fuente: Censos de Población.
a/ Estimaciones.

/Cuadro 2

Cuadro 2

CRECIMIENTO DEMOGRAFICO EN EL DISTRITO FEDERAL
Y EN EL ESTADO DE MEXICO, 1940-1970

(Miles)

	Distrito Federal			Estado de México		
	Total	Población urbana	Población rural	Total	Población urbana	Población rural
1940	1 757	1 649	108	1 146	260	886
1950	3 050	2 884	166	1 393	368	1 025
1960	4 871	4 666	205	1 898	733	1 165
1970	7 219	6 981	238	4 025	2 507	1 567

Fuente: Censos de Población.

/Cuadro 3

Cuadro 3

RELACION ENTRE FECUNDIDAD Y GRADO DE ESCOLARIDAD
DE LA MADRE, POR TRAMOS DE EDAD,
EN LA CIUDAD DE MEXICO

(Número promedio de hijos nacidos vivos)

Edad	Sin estudios	Con educación secundaria
De 20 a 24	1.63	0.62
De 25 a 29	2.96	1.95
De 30 a 34	4.19	2.57
De 35 a 39	5.73	3.60
De 40 a 44	7.09	3.33
De 45 a 49	5.90	2.85

/cuyo jefe

cuyo jefe tiene una educación más avanzada es mayor en la ciudad de México que en el conjunto del país, como se muestra en el cuadro 4. Si estas proporciones se registraran también en los demás miembros del hogar, incluyendo a las mujeres (no jefes de hogar), resultaría para la ciudad de México una tasa de fecundidad promedia menor que en el conjunto del resto de la República. 4/

La concentración de la población instruida en la capital es notable: si bien contiene (1977) alrededor del 22% de todos los hogares, allí se encuentra el 40% de los hogares cuyo jefe tiene nivel medio superior y el 50% de los que tienen grado universitario. Como se verá posteriormente, la mayor escolaridad que se registra en la ciudad de México tiene un impacto importante sobre la estructura del consumo de alimentos.

Otros aspectos de interés desde el punto de vista demográfico, que contrastan los perfiles de la ciudad de México y el conjunto del país, se sintetizan en los cuadros 5 a 7. Allí puede verse, entre otras cosas, que en la capital hay proporcionalmente más hogares con dos personas empleadas que en el conjunto del país, mientras que es inferior la proporción de hogares con sólo una persona ocupada (véase el cuadro 5), aun cuando en el conjunto del país tiende a ser mayor el número de hogares con familia más numerosa (más de siete miembros), si bien la proporción en el caso de los hogares de tamaño mediano (cuatro a seis miembros) es inferior al de la capital. (Véase el cuadro 6.) Según las cifras del cuadro 7, los jefes delhogar en la ciudad de México son en general más jóvenes que en el conjunto del país. Aquellos con menos de 45 años representan el 60.5% en la capital y el 55.6% en el conjunto del país.

2. Aspectos socioeconómicos

Vinculada estrechamente con la mayor proporción de personas con instrucción más completa que se ha citado, y por la concentración industrial y comercial que allí se registra, el área metropolitana de la ciudad de México absorbe una proporción elevada del ingreso nacional. El cuadro 8 muestra que en los estratos de ingreso más elevados la capital poseía una proporción de hogares alrededor de dos veces la proporción promedia. Así, mientras el conjunto de hogares metropolitanos representaba, como se dijo, poco más del 20% del total, en el 9o. decil ese porcentaje era de 38%, y en el último decil llegaba a casi 50%, mientras que en el veintil más rico la proporción era del 56%. Es decir, más de la mitad de los hogares más ricos del país se encontraban en la ciudad de México. En cambio allí radicaba apenas el 1.5% de los hogares más pobres ubicados en el primer decil de ingreso, y entre 5% y 8% aproximadamente de aquéllos ubicados entre el 2o. y 4o. deciles. Al examinar la distribución de hogares por estratos de ingreso corriente respecto al salario mínimo general vigente en esa época (véase el cuadro 9), se comprueba lo anterior: mientras a nivel nacional el 38.5% de los hogares percibía menos de un salario mínimo, en la ciudad de México

/Cuadro 4

Cuadro 4

NUMERO DE HOGARES POR ESTRATO SEGUN INSTRUCCION DEL JEFE DEL HOGAR

	País		Ciudad de México		
	Número de hogares	%	Número de hogares	%	% sobre el país
Total	11 815 095	100.0	2 571 302	100.0	21.8
Sin instrucción	3 167 384	26.8	321 125	12.5	10.1
Primaria incompleta	4 695 057	39.7	744 307	29.0	15.9
Primaria completa	1 836 894	15.6	644 471	25.0	35.1
Nivel medio incompleto	398 735	3.4	147 744	5.7	37.0
Nivel medio completo	560 563	4.7	212 378	8.3	37.9
Nivel medio superior incompleto	153 715	1.3	58 405	2.3	38.0
Nivel medio superior completo	305 496	2.6	135 186	5.2	44.2
Nivel universitario incompleto	215 439	1.8	112 424	4.4	52.2
Nivel universitario completo	352 652	3.0	160 505	6.2	45.5
Con posgrado	38 742	0.3	19 749	0.8	51.0
No especificado	90 419	0.8	15 008	0.6	16.6

Fuente: ENIG, 1977.

/Cuadro 5

Cuadro 5

NUMERO DE HOGARES POR NUMERO DE OCUPADOS EN CADA HOGAR, 1977

Número de ocupados por hogar	Total de hogares en el país	Porcentajes	Hogares en la ciudad de México	Porcentajes
Total	11 838 514	100.0	2 575 810	100.0
Una persona	6 641 631	56.1	1 341 892	52.1
Dos personas	2 863 420	24.2	740 203	28.7
Tres personas y más	1 848 993	15.6	385 575	15.0
Sin ocupación	484 470	4.1	108 197	4.2

Fuente: ENIG.

/Cuadro 6

Cuadro 6

NUMERO DE HOGARES POR TAMAÑO DEL HOGAR, 1977

Número de miembros	Total de hogares en el país	Porcentajes	Hogares en la ciudad de México	Porcentajes
Total	11 838 514	100.0	2 575 810	100.0
De 1 a 3	3 103 264	26.2	623 855	24.2
4 miembros	1 684 355	14.2	423 622	16.4
De 5 a 6	3 157 872	26.7	764 685	29.7
7 miembros	1 185 754	10.0	233 279	9.0
De 8 a 9	1 593 689	13.5	320 737	12.5
10 y más	1 113 579	9.4	209 632	8.1

Fuente: ENIG.

/Cuadro 7

Cuadro 7

NUMERO DE HOGARES SEGUN EDAD DEL JEFE DEL HOGAR

Edad	Total de hogares en el país	%	Hogares en la ciudad de México	%
Total	11 815 095	100.0	2 571 302	100.0
Hasta 19 años	88 098	0.7	28 833	1.1
De 20 a 24	692 199	5.9	152 048	5.9
De 25 a 34	2 874 301	24.3	683 359	26.6
De 35 a 44	2 916 729	24.7	690 929	26.9
De 45 a 54	2 376 508	20.1	499 119	19.4
De 55 a 64	1 418 314	12.0	293 381	11.4
65 y más años	1 430 646	12.1	223 633	8.7
No especificada	18 300	0.2	0	-

/Cuadro 8

Cuadro 8

NUMERO DE HOGARES POR DECILES DE INGRESO, 1977

Deciles	Total de hogares en el país	Hogares en la ciudad de México	Porcentajes sobre el país
Total	11 838 514	2 575 810	21.8
I	1 183 851	17 756	1.5
II	1 183 851	52 834	4.5
III	1 183 851	70 666	5.9
IV	1 183 851	90 523	7.6
V	1 183 851	251 070	21.2
VI	1 183 851	304 980	25.7
VII	1 183 851	366 426	30.9
VIII	1 183 851	385 147	32.5
IX	1 183 851	448 738	37.9
X	1 183 851	587 671	49.6
Veintil Xa	(591 926)	(253 416)	(42.8)
Veintil Xb	(591 926)	(334 255)	(56.4)

Fuente: ENIG.

/Cuadro 9

Cuadro 9

NUMERO DE HOGARES POR ESTRATOS DE INGRESO CORRIENTE
DEL HOGAR CON RESPECTO A LOS SALARIOS MINIMOS

Número de SMG	Total de hogares en el país	%	Hogares en la ciudad de México	%	% sobre el país
Total	11 838 514	100.0	2 575 810	100.0	21.8
0.0 - 0.5	1 918 509	16.1	74 645	2.9	3.9
0.5 - 1.0	2 660 469	22.4	248 278	9.6	9.3
1.0 - 1.5	2 223 111	18.7	524 794	20.4	23.6
1.5 - 2.0	1 431 119	12.0	414 579	16.1	29.0
2.0 - 3.0	1 586 618	14.1	490 194	19.0	30.9
3.0 - 4.0	817 865	6.8	286 509	11.1	35.0
4.0 - 5.0	433 267	3.7	174 211	6.8	40.2
5.0 - 6.0	284 729	2.4	104 153	4.0	36.6
6.0 - 7.0	181 706	1.5	104 943	4.1	57.7
7.0 - 8.0	88 612	0.6	36 068	1.4	40.7
Más de 8.0	212 709	1.7	117 438	4.6	55.2

/ello ocurría

ello ocurría en solamente el 12.5% de los hogares; en el otro extremo, la proporción de hogares que recibía más de cuatro salarios mínimos era de alrededor del 10% a nivel nacional y de casi 21% en la ciudad de México.

Esta concentración de hogares con mayor ingreso ha determinado también que el gasto en alimentación en la ciudad de México sea proporcionalmente mayor que en el conjunto del país. Según los datos de la Encuesta Nacional sobre Ingresos y Gastos en los Hogares de la Secretaría de Programación y Presupuesto (SPP) (1977), más de un tercio del gasto semestral en alimentos y bebidas del país correspondía a la ciudad de México; de allí que el gasto promedio por hogar en alimentos y bebidas fuese mucho más elevado en el área metropolitana que en el conjunto del país. La estructura de este gasto también era un tanto diferente: de una parte (véase el cuadro 10), la proporción del gasto en alimentos y bebidas tomadas fuera del hogar es bastante más elevada en la metrópoli principal que en el conjunto del país: el gasto promedio por hogar es el doble, y el número de hogares que reportó haber gastado en dicho rubro es sustancialmente mayor; de otra parte, la estructura del consumo por productos es bastante diferente: en el área metropolitana el gasto en pan, tortillas y cereales, en frijol, azúcares, grasas y aceites, y bebidas no alcohólicas, es proporcionalmente menor (y en algunos casos lo es también en términos absolutos), pero lo es mucho mayor en productos animales, frutas y alimentos industrializados. (Véase el cuadro 11.) Ello refleja no solamente la bien conocida tendencia a consumir más alimentos de origen animal y alimentos procesados en general cuando suben los ingresos, sino también los efectos de la publicidad que se sienten con más fuerza en el ámbito urbano y que induce a consumir artículos caros y de poco valor nutritivo (papas fritas, palomitas de maíz, chicle, etc.), especialmente por parte de los niños. Este punto se examinará más extensamente en el capítulo III.

3. Aspectos del desarrollo agrícola

Después de haber registrado un sostenido crecimiento durante los 25 años anteriores, a mediados de los sesentas la agricultura mexicana comienza a perder dinamismo (véase el cuadro 12). La caída en el ritmo es tan fuerte que hacia 1970 y en los años que siguen contribuye a un descenso en la tasa global de crecimiento económico. Durante el período 1940-1955 el incremento de la producción propiamente agrícola se origina principalmente en la expansión del área cosechada; entre 1950 y 1965 las políticas de modernización de la agricultura --nuevas tecnologías más riego-- dan lugar a una elevación considerable de los rendimientos; todo ello origina un formidable aumento en el valor total de la producción. (Véase la parte inferior del cuadro 12.) Sin embargo, a partir de 1965 disminuye el dinamismo de ambos factores, explicándose el continuado incremento en el valor de la producción agrícola por un cambio en la estructura de la producción, que tiende a privilegiar cultivos más intensivos y de mayor precio. Así, por ejemplo, mientras la tasa de crecimiento de la

/Cuadro 10

Cuadro 10

GASTO SEMESTRAL DE LOS HOGARES EN ALIMENTOS Y BEBIDAS, 1977

	Total de hogares en el país	Hogares en la ciudad de México
Número de hogares reportados	11 115 142	2 313 253
Gasto total en alimentos y bebidas (millones de pesos corrientes)	133 497	41 621
En casa	121 821	36 413
Fuera de casa	11 676	5 208
Gasto promedio por hogar en alimentos y bebidas (pesos)	12 015	18 000
En casa	10 960	15 740
Fuera de casa	1 055	2 260

Fuente: ENIG.

/Cuadro 11

Cuadro 11

GASTO SEMANAL EN ALIMENTOS Y BEBIDAS, POR HOGAR, POR PRODUCTO O GRUPOS DE PRODUCTOS, 1977

(Pesos corrientes)

Productos	Total de hogares en el país	%	Hogares en la ciudad de México	%	Indice (Total = 100)
Total	485.38	100.0	657.29	100.0	135
Pan, tortillas y cereales	101.01	20.8	108.00	16.4	107
Carnes	101.00	20.8	168.59	25.7	167
Pescados y mariscos	10.62	2.2	18.34	2.8	172
Lácteos	64.17	13.2	96.91	14.7	151
Huevo	19.61	4.0	28.08	4.3	143
Grasas y aceites	24.69	5.1	21.63	3.3	87
Frutas y verduras	64.18	13.2	102.41	15.4	159
Frijol	15.08	3.1	10.74	1.6	71
Azúcares	10.46	2.2	8.11	1.2	77
Café, té, chocolate	16.11	3.4	17.92	2.7	111
Alimentos industrializados	25.43	5.3	40.99	6.2	161
Bebidas no alcohólicas	20.14	4.3	18.48	2.9	91
Bebidas alcohólicas	12.83	2.4	17.05	2.8	133

Fuente: ENIG.

/Cuadro 12

Cuadro 12

CRECIMIENTO DEL SECTOR AGROPECUARIO Y DE LA ECONOMIA MEXICANA EN GENERAL

(Porcentajes anuales)

	1940-1950	1950-1960	1960-1965	1965-1970	1970-1975	1975-1978
1) Producto Interno bruto	6.0	5.7	7.0	7.9	5.7	5.1
2) Producto interno bruto del sector agropecuario	4.1	4.5	4.8	2.7	1.7	2.2
Relación 2/1	0.68	0.78	0.68	0.34	0.30	0.43

	1940-1945	1945-1950	1950-1955	1955-1960	1960-1965	1965-1970	1970-1975
Valor bruto de la producción agrícola	4.4	8.2	8.0	4.2	7.9	1.9	2.8
Superficie cosechada	1.3	5.5	4.6	2.4	4.7	-0.1	-
Rendimientos medios	0.8	1.4	3.4	2.3	4.2	1.2	1.3

/producción

producción de maíz baja de 8.3% anual entre 1960/1962 y 1965/1967 a sólo 0.9% por un año en el período 1965/1967 a 1977/1979, y la de frijol desciende de 8.5% a una negativa de -1.9% en los mismos períodos, la de papa aumenta de 1.8% a 6.5%; las oleaginosas como cártamo y soya, si bien descienden de las espectaculares tasas registradas en el primer período (31% y 28%, respectivamente), logran mantener niveles relativamente altos en el segundo período de casi 12% y 15%, respectivamente. Algo similar ocurre con la cebolla y el tomate, así como con los cultivos de sorgo, alfalfa y otros cultivos forrajeros. 5/ (Véase el cuadro 13.) La producción pecuaria, en cambio, no revela los signos de "crisis" manifestados por la producción agrícola; sus tasas de crecimiento superan a las demográficas y, con la sola excepción de la producción avícola, muestra una tendencia creciente. (Véase el cuadro 14.) Este mayor dinamismo de la actividad pecuaria, que ha sido definido por diversos autores como un proceso de "ganaderización del agro mexicano" ha dado lugar a que crecientes cantidades de tierra y otros recursos se hayan dedicado a la ganadería mayor y menor: así, la proporción de tierra arable dedicada a pasturas y cultivos forrajeros subió de 47% en 1960 a 56% en 1970, y es probable que este porcentaje sea mayor hoy en día. Si se considera únicamente la tierra cultivada, se observa que, entre 1960 y 1978, los cultivos forrajeros y las semillas oleaginosas (de las cuales la soya, una de las más importantes, se usa como alimento para ganado) aumentaron, en conjunto, de 6.9% a 18.5% del total de tierra cultivada, mientras que los cereales y las leguminosas (principalmente frijol) bajaron su participación de 72.5% a 65.6%. En el caso del maíz, la superficie cultivada descendió en alrededor de 600 000 hectáreas entre 1965 y 1978, mientras que aquélla dedicada al sorgo subió en más de un millón de hectáreas en el mismo período.

En 1980 y 1981, gracias a las políticas de fomento aplicadas dentro del ámbito del Sistema Alimentario Mexicano se producen aumentos importantes en la producción de una serie de rubros. Así, el maíz sube de poco más de nueve millones de toneladas en el promedio 1975-1979 a 12 millones en 1980 y casi 15 millones de toneladas en 1981. En el caso del frijol el incremento es igualmente impresionante, de 825 000 toneladas en 1975-1979 se llega a casi 1.5 millones en 1981. En trigo el aumento es proporcionalmente menor, pero de todos modos importante: de 2.7 millones en 1975-1979 a 3.2 millones de toneladas en 1981; en arroz se pasa de 530 000 a 640 000 toneladas, y en soya de algo menos de 500 000 a 710 000 toneladas en 1981. Incrementos importantes se registraron también en sorgo y otros cultivos forrajeros.

Sin embargo, pese a este considerable esfuerzo productivo, México continuó importando enormes volúmenes de productos básicos para completar el abastecimiento. Aunque entre 1980 y 1981 las importaciones de maíz bajaron en casi 30%, se situaron de todos modos en 2.8 millones de toneladas; las de trigo subieron de 800 000 a un millón de toneladas entre estos dos años; las de soya casi se duplicaron al aumentar de 600 000 a 1.1 millones de toneladas. Cabe resaltar el gran aumento que tuvieron las importaciones de leche en polvo y condensada, que en conjunto superaron las 200 000 toneladas en 1981.

/Cuadro 13

Cuadro 13

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LA SUPERFICIE, RENDIMIENTO Y PRODUCCION DE ALGUNOS CULTIVOS IMPORTANTES

Cultivos	Superficie		Rendimiento		Producción	
	1961/ 1966	1966/ 1978	1961/ 1966	1966/ 1978	1961/ 1966	1966/ 1978
Maíz	5.3	-1.1	2.8	2.1	8.3	0.9
Trigo	-0.4	-0.4	8.2	4.0	7.9	3.2
Arroz palay	1.7	-0.1	2.6	2.0	4.2	1.8
Frijol	6.4	-3.3	2.0	1.5	8.4	-1.9
Papa	-2.3	3.3	4.2	3.0	1.8	6.5
Ajonjolí	3.7	-0.2	-1.7	-0.6	1.9	-0.8
Cártamo	27.7	12.5	2.5	-0.6	31.1	11.7
Soya	29.7	16.6	1.6	-1.4	28.4	15.3
Caña	6.4	0.6	3.2	-0.1	9.8	0.5
Alfalfa	3.6	8.0	3.3	0.4	7.0	7.8
Sorgo en grano	34.8	8.2	1.4	1.8	36.9	10.1
Cebolla	1.7	2.9	10.5	5.9	12.2	9.0
Jitomate	-6.0	2.7	13.0	3.2	6.3	6.1
Melón	-1.6	2.4	16.2	0.0	13.7	2.5
Sandía	1.2	0.9	4.6	2.2	5.4	3.0

Nota: Para el año 1961 se tomó el promedio 1960/1962; para 1966, el de 1965/1967 y para 1978, el de 1977/1979.

/Cuadro 14

Cuadro 14

TASAS ANUALES DE CRECIMIENTO DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS PECUARIOS

Producto	1960/1962-1965/1967	1965/1967-1976/1978
Ganado bovino	2.6	3.7
Ganado porcino	5.3	8.2
Aves	21.3	12.7
Huevo	5.7	5.0
Leche	2.1	4.0

Fuente: CIDE, Economía Mexicana, No. 2, México, 1980, pág. 67.

/El creciente

El creciente mercado ofrecido por los consumidores urbanos dentro y fuera de México constituye tal vez la fuerza más importante que explica la evolución de la agricultura mexicana durante los 25 años anteriores a 1980. Las sucesivas administraciones han ayudado a satisfacer dicha demanda tanto por medio de inversiones directas en riego y otras obras de infraestructura como a través de una serie de políticas encaminadas a apoyar la expansión de la producción en el segmento comercial de la agricultura. Una prueba de esto la dan las políticas de precios y crédito. Entre 1960 y 1977 los precios del maíz y el frijol aumentaron mucho menos que los de la mayoría de los otros cultivos, especialmente a partir de 1967. Esta dispar evolución se asocia con el objetivo de mantener niveles de precios relativamente bajos para los principales bienes-salario y, por consiguiente, mantener bajo control los índices del costo de la vida para los trabajadores urbanos. Pero, obviamente, esto ha afectado las posibilidades de acumulación de capital por el segmento campesino --ejidos, comunidades y pequeños productores privados--, lo cual ha impedido su expansión y generado mayores contingentes de desocupados. Así, los ejidos y comunidades se transformaron en fuente de mano de obra barata para los agricultores comerciales y, en algunos casos, también de insumos baratos.

Las políticas oficiales de precios para los productos agrícolas se han llevado a la práctica a través del mecanismo de los precios de garantía, por intermedio de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) 6/ Desde su implantación, en 1954, ha sido notoria la desventaja en que se ha encontrado el maíz, el producto más importante para la alimentación del pueblo y el más importante también para la economía campesina. En efecto, entre 1954 y 1978 el precio nominal de garantía para este producto subió 5.4 veces, mientras que el promedio de los precios rurales subió 5.8 veces, y el índice general de precios lo hizo 7.1 veces. Hay que anotar, sin embargo, que la producción de maíz se mantuvo a un nivel alto a pesar de la caída en su precio real, gracias a que se trata de un cultivo eminentemente campesino. De haber prevalecido la racionalidad empresarial, los agricultores comerciales hace tiempo hubieran sustituido el maíz por otros cultivos más rentables, con lo cual la situación de abastecimiento de este producto básico hubiera sido bastante peor de lo que fue.

4. El comercio exterior de alimentos

El comercio exterior de alimentos se ha caracterizado en los decenios recientes por un aumento considerable en las importaciones de productos básicos y un cambio en la composición de las exportaciones, habiendo pasado a tener creciente importancia ciertas frutas y hortalizas destinadas al mercado norteamericano. En el cuadro 15 se incluyen los volúmenes de importación y exportación para rubros seleccionados, como una ilustración de lo señalado. Allí pueden apreciarse las enormes importaciones de maíz, trigo y soya a partir de los años setenta y el explosivo incremento

/Cuadro 15

Cuadro 15

COMERCIO EXTERIOR DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS SELECCIONADOS

(Promedios quinquenales en miles de toneladas métricas)

	1950-1954	1960-1964	1970-1974	1975-1979	1980
Exportaciones netas					
Ajonjolí		5.2	11.1	37.1	45.1
Algodón pluma	212.5	354.8	201.3	138.2	177.8
Chile	9.0	11.5	52.0	17.2	16.4
Garbanzo	16.2	4.6	36.5	61.9	83.9
Melón	6.6	51.5	87.3	96.5	102.5
Pepino	-	-	78.4 a/	113.2	169.3
Sandía	3.0	24.7	62.8	77.8	84.4
Cebolla	3.7	13.7	30.1	41.6	48.9
Plátano	71.6	15.5	1.4	1.4	17.5
Café	58.4	90.8	111.4	146.0	137.0
Tomate	94.3	143.2	348.5	400.2	380.1
Importaciones netas					
Maíz	119.9	-28.4	534.0	1 527.0	4 186.6
Trigo	315.1	-100.6	467.8	408.0	899.0
Cebada	9.6	35.2	38.8	57.7	174.4
Frijol	28.9	b/	-2.1	-15.2	441.0
Semilla algodón	5.1	1.8	19.4	38.7	142.8
Soya	-	1.1	131.2	433.1	521.6
Carne	-	2.1	13.8	18.4	-
Leche en polvo	-	20.0	54.8	56.7	-
Aceite	-	4.9	28.8	12.0	-

Fuente: Anuarios FAO, Ecotecnia Agrícola, septiembre de 1981, excepto carne, leche en polvo y aceite.

a/ 1973-1974.

b/ Las importaciones se compensaron con las exportaciones.

/ocurrido

ocurrido con el frijol en 1980 (producto de las malas cosechas del año anterior); también se observa, en contraste, el impresionante crecimiento de las exportaciones de cebolla, melón, sandía y tomate, entre otros.

En términos de valor, las importaciones subieron de 20 millones de dólares en 1960 a 835 millones en 1978 y cifras mucho más elevadas en 1980, a juzgar por los datos sobre volumen de algunos productos importados. (Véase de nuevo el cuadro 15.) La fracción importada del consumo nacional total de maíz pasó de 2% en el quinquenio 1960-1964 a un 15% en el quinquenio 1975-1979, y al 25% en 1980; para el trigo pasó del 0.2% en 1960-1964 al 14% en 1975-1979 y 25% en 1980. El incremento en el consumo aparente de trigo por habitante que se registró en dicho período (38.6 kg en 1960-1964 a 49.4 kg en 1975-1979 y 53.1 kg en 1980) se debió en buena medida, pues, a esas mayores importaciones. En el caso del maíz, el aumento significativo en el consumo por habitante que se registra en 1980, después de haber declinado fuertemente el año anterior (172 kg en 1960-1964; 136 kg en 1979, y 239 kg en 1980) se originó casi por partes iguales en el aumento de la producción nacional como en el de las importaciones.

Si bien el valor de las exportaciones aumentó sustancialmente entre 1960 y 1978, al pasar de 450 a 1 670 millones de dólares, la relación importaciones-exportaciones cambió radicalmente de menos de 5% en 1960, y pasó al 50% en 1978. En la actualidad el monto de las importaciones ha superado al de las exportaciones.

En cuanto a los productos de origen animal, el cuadro 15 muestra el incremento notable y sostenido que han tenido las importaciones de carne y de leche en polvo. La mayor parte de las importaciones proviene de los Estados Unidos; en el caso de animales vivos, frijol, trigo, maíz, sorgo, manteca y sebo, la participación de dicho país es de casi 100%; en cambio, las de leche y mantequilla provienen de países europeos, y las de azúcar y frutas de otros países latinoamericanos.

5. La industria alimentaria

La producción de alimentos industrializados muestra, al igual que la producción agropecuaria y la producción manufacturera general, una pérdida de dinamismo en los años sesenta, en comparación con el decenio anterior. De 6% anual en los sesentas, la tasa de crecimiento baja a 3.9% anual en los setentas. Esta disminución afecta a prácticamente todas las ramas del sector agroindustrial, siendo las excepciones más importantes las de la rama de lácteos y de productos de ganadería. La industria de bebidas, en cambio, crece en ambas décadas a tasas superiores a las de la industria de alimentos. (Véanse los cuadros 16 y 17.) De estas diferencias de comportamiento resulta que la industria de alimentos baja su participación en el producto manufacturero total en forma notable, de 32% en 1960 a 21% en 1979, mientras que la industria de bebidas se mantiene en torno a poco más del 5% en ambos períodos.

/Cuadro 16

Cuadro 16

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LA PRODUCCION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR HABITANTE

	1960-1970	1970-1979
Total de industria de alimentos	2.6	0.3
Productos cárnicos lácteos	2.9	0.9
Productos de molienda de trigo y nixtamal y sus derivados	1.6	-0.1
Otros productos manufacturados	3.3	0.3
Bebidas	3.9	2.2

/Cuadro 17

Cuadro 17

TASA MEDIA DE CRECIMIENTO ANUAL DE LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, POR RAMAS DE ACTIVIDAD

Ramas	1960 a 1970	1970 a 1979
Manufacturas	8.9	6.0
Industria de alimentos	6.0	3.9
Matanza de ganado y refrigeración de productos de la matanza	3.2	2.5
Manufactura de productos de tocinería, empaque, conservación, preparación y enlatado de carnes	7.5	1.3
Pasteurización, rehidratación, homogenización y embotellado de leche natural	5.0	2.5
Producción de crema, mantequilla y queso	5.0	2.9
Leche condensada, evaporada y en polvo	9.2	9.7
Otros productos alimenticios de origen animal	6.4	4.2
Molienda de trigo	6.6	3.8
Molienda de nixtamal	5.0	2.8
Manufactura de productos de panadería y pastelería	4.3	4.1
Fabricación de tortillas	5.0	3.4
Elaboración de pasas y frutas secas, envase de frutas y legumbres	12.6	5.1
Enlatado de pescados y mariscos	8.3	(0.7)
Molienda y tostado de café	9.6	1.8
Descarado, limpieza y pulido de arroz	0.7	-(1.5)
Beneficio de diversos productos agrícolas	4.2	3.9
Elaboración de azúcar	3.9	2.5
Fabricación de cocoa y chocolate de mesa, dulces, bombones y confituras	10.2	5.2
Fabricación de galletas y pastas alimenticias	9.5	5.8
Fabricación de levaduras, polvos para hornear, etc.	7.0	8.6
Fabricación de aceites y mantecas vegetales	7.3	3.1
Fabricación de productos alimenticios para animales y aves de corral	8.8	5.9
Otros productos alimenticios de origen vegetal	4.2	3.6
Industria de bebidas	7.4	5.8

/El cuadro

El cuadro 17 muestra también que la fabricación de frutas secas y envasadas, chocolates, dulces, confituras, galletas, levaduras y polvos de hornear, además de la de bebidas, conserva en los años setenta ritmos superiores al 5% anual, en circunstancias que, como se dijo, el conjunto no llega al 4%. Otras informaciones confirman el fenómeno anotado que fueron las ramas conectadas a la producción de alimentos "suntuarios" las que más crecieron en dicho período. Así, aparte de lo que se observa en el cuadro 17, pueden agregarse los siguientes datos: la subrama de jarabes y colorantes alimenticios creció al 29% anual entre 1960 y 1975; la de palomitas de maíz, papas fritas y similares lo hizo al ritmo de 27% anual entre 1970 y 1975 (no hay cifras para años anteriores); la de chicle y la de mostaza y otros condimentos crecieron a razón de 11% anual entre 1960 y 1975. Como se examinará oportunamente, este desarrollo acelerado de la industria alimentaria "suntuaria" está modificando profundamente los patrones de consumo alimentario, especialmente en la ciudad de México y otras áreas urabanas, con serias repercusiones sobre el estado nutricional de la población, especialmente los niños.

La producción agroindustrial está fuertemente concentrada, con una creciente participación de empresas transnacionales en varias de sus ramas. Así, por ejemplo, el 80% de la producción de leche industrializada (evaporada, en polvo, condensada, etc.) está em manos de dos empresas transnacionales (Nestlé y Carnation), pero que, como se vio en la sección anterior, no logran satisfacer la demanda interna, y deben realizarse en consecuencia grandes importaciones. En el caso de los productos enlatados, 14 empresas (una de las cuales es transnacional) que representan el 10% del total de empresas en esta rama, controlaban en 1981 alrededor del 45% del mercado total. En materia de café soluble, al igual que en el caso de la leche, el 80% de la producción está bajo el control de dos empresas transnacionales. En la fabricación de harina de trigo, 30 empresas (18% del total) controlan el 60%; en el caso de la harina de maíz, la situación es algo diferente ya que la mitad de su producción está bajo control del Estado, pero la otra mitad corresponde a un solo grupo privado. En galletas y pastas para sopa, 15 empresas (9% del total) controla el 70% del mercado (un grupo controla el 67%). Finalmente, en la rama de aceites y mantecas vegetales, las 13 mayores empresas controlan el 60% de la producción. Por su parte, la empresa estatal CONASUPO contribuye con 15% de la oferta de estos productos.

En general, y con excepción de algunas ramas, la participación directa del Estado en la producción agroindustrial es mínima. Se constató, asimismo, la carencia de una estrategia de abasto de insumos nacionales para estas industrias, como hojalata, cartón, envases plásticos, etc. Sin embargo, hay una estrecha vinculación entre lo público y lo privado, que se manifiesta en la enorme masa de recursos que la industria nacional y extranjera han recibido de manera sistemática en forma de estímulos y subsidios. Al decir de un economista mexicano "Ello ha estado mediado por una decisión política, que, en más de un sentido, ha implicado una dirección pública de la industria". 7/

/La provisión

La provisión de insumos "modernos" a las actividades agrícolas tradicionales --fertilizantes, semillas mejoradas, alimentos especiales para animales, líneas genéticas de alta productividad, medicamentos, vitaminas, etc.-- junto con la tecnificación acelerada de los cultivos, han constituido los instrumentos para subordinar el campo a la agroindustria. Tales insumos estratégicos son determinantes para el crecimiento del sector agropecuario y también son condicionantes de un determinado modelo de desarrollo. La producción de estos insumos estratégicos juega un papel importante en la transnacionalización de la agricultura mexicana. 8/

La producción de alimentos balanceados constituye uno de los sectores agroindustriales más dinámicos y más ligados al esquema transnacional. Está vinculado estrechamente a la producción de carne y huevo. La alimentación de porcinos y de aves cambió radicalmente: de granos y desperdicios se pasó a una ingesta basada en concentrados que incluyen cereales, oleaginosas, harina de pescado, mezclas vitamínicas y minerales. El sorgo aporta entre el 60% y 70% de las materias primas para los alimentos balanceados, lo que explica el fenomenal desarrollo de este cultivo, que ha pasado a ocupar el segundo lugar después del maíz. Las empresas líderes de este sector son transnacionales y son, a la vez, propietarias de las principales variedades híbridas de sorgo y soya, del material genético avícola, incubadoras, granjas avícolas, plantas extractoras de aceites y pastas; la integración vertical es total, llegando hasta la venta al consumidor final. De las 49 empresas de fabricación de alimentos balanceados, seis son filiales de empresas transnacionales, dos son estatales, y el resto pertenece a capitales mexicanos privados. Entre las empresas transnacionales, 9/ Anderson Clayton y Purina controlaban más de un tercio de la producción total de dichos alimentos; también operan en la producción de carne de ave y huevo, controlando los núcleos de la actividad avícola, desde la importación de "progenitoras" (aves finas provenientes de los Estados Unidos), pasando por la producción de "reproductoras" (segunda generación de aves), hasta la producción del pollito pie de cría y buena parte del producto final: pollo y huevos para el consumo. 10/ Diez empresas (de un total superior a 1 800) con granjas avícolas de más de un millón de aves cada una controlan alrededor de un tercio de la producción nacional de huevo.

En semillas mejoradas, cuatro empresas transnacionales controlan el 70% de las patentes de semillas de frijol; seis empresas transnacionales controlan las semillas de lechuga, de algodón, soya y otros cereales. Puede apreciarse claramente, pues, cuán poderosa es la influencia y control de las empresas transnacionales sobre el desarrollo agropecuario de México, influencia que, como se verá más adelante, se extiende también al campo del consumo de alimentos.

II. EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE MEXICO

1. El consumo global de alimentos en el área metropolitana

No existen informaciones muy precisas sobre el volumen de todos los alimentos que se consumen en el área metropolitana. Hay estimaciones más o menos fehacientes para frutas, legumbres, verduras, carnes y leche, pero no se ha dispuesto de antecedentes similares para cereales y sus derivados, azúcar, huevo, aceites y muchos otros. Para disponer de una idea aproximada de los flujos de alimentos hacia esta metrópoli ha sido necesario calcular de manera indirecta las cantidades físicas consumidas por la población, utilizando para ello los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1977 y de encuestas en áreas urbanas del Instituto Nacional de Nutrición de 1979.

A las cifras obtenidas de manera directa --27 millones de toneladas de frutas, 800 000 toneladas de verduras, hortalizas y tubérculos, 300 000 toneladas de carne de res, 200 000 toneladas de carne de aves, 60 000 toneladas de pescados y mariscos y unos 1 700 millones de litros de leche (líquida y procesada), habría que agregar alrededor de 2 millones de toneladas de cereales y sus productos (pan, tortillas, harinas, etc.), unas 200 000 toneladas de azúcar, 300 000 toneladas de huevo, 250 000 toneladas de frijol, 150 000 toneladas de carne de cerdo, y alrededor de 3 millones de toneladas de otros alimentos y bebidas. 11/ En total, pues, unos 11.5 millones de toneladas de productos alimenticios y bebidas para consumo final, sin contar los flujos de materias primas a las industrias ubicadas en el área metropolitana que elaboran algunos de estos productos. Ello arroja un promedio de 32 000 toneladas diarias de productos, durante todos los días del año, que se movilizan desde distintos puntos del país para satisfacer, en proporciones variadas, el hambre, la sed o la gula de los habitantes de esta gigantesca metrópoli.

En las páginas que siguen trataremos de describir someramente cómo se comercializa esta enorme masa de productos, en particular los más importantes de ellos. Como es bien sabido, cada uno de los circuitos por los que transitan los diferentes productos tiene características peculiares que requieren un tratamiento separado. Lo único que se puede generalizar es que todos los circuitos, en mayor o menor grado, son de una complejidad "laberíntica". No es posible, por lo tanto, en un trabajo como el presente, analizar cada circuito de manera exhaustiva ni abarcar todas las categorías de productos. Se ha considerado como suficientemente ilustrativo el describir y analizar los circuitos de algunos productos perecederos claves como frutas, verduras y carnes, y, de manera algo más general, el proceso de comercialización de los "abarrotes" (alimentos no perecederos). Mas, antes de entrar en dicho análisis, parece pertinente examinar algunas características generales de la estructura actual del comercio de alimentos en el área metropolitana en el plano nacional. Allí donde resulta factible, por haberse encontrado los antecedentes necesarios, se da también una rápida visión del desarrollo histórico.

/2. Estructura

2. Estructura actual del comercio de alimentos a nivel nacional y en la ciudad de México

Según el VII Censo Comercial de 1975, había en México alrededor de 475 000 establecimientos comerciales de todo tipo, de los cuales unos 300 000 se dedicaban al expendio de productos alimenticios. Como puede apreciarse en el cuadro 18, alrededor de 4 000 de estos últimos correspondían al comercio mayorista y los 296 000 restantes, al comercio detallista. Dicho cuadro presenta un desglose del comercio alimentario tanto mayorista como minorista en seis categorías de establecimientos, y para cada uno de ellos se dan cifras sobre número de establecimientos, personal ocupado, capital invertido, ventas y valor agregado bruto. Permite, por lo tanto, tener una visión bastante completa de los principales aspectos globales que caracterizan la estructura comercial alimentaria. Más adelante se comparan algunos de esos indicadores con los que arroja el VI Censo Comercial de 1970 para determinar su evolución reciente, tanto en el conjunto del país como en el área metropolitana.

Una primera observación que puede hacerse al analizar las cifras del cuadro 18 se refiere a la participación relativa del comercio alimentario dentro del comercio total. Si bien el número de establecimientos que compone el subsector de productos alimenticios representa casi dos terceras partes del total de establecimientos del sector comercio, las ventas netas y otros ingresos de los primeros sólo representan poco más de la cuarta parte del total, el valor agregado bruto menos de la cuarta parte, el capital invertido alrededor de un quinto y el personal ocupado poco menos de la mitad. En términos unitarios la relación entre comercio alimentario y no alimentario, para las variables anotadas, era la siguiente: personal ocupado por establecimiento: 1.66 a 3.54 personas (1 a 2.1); 57 000 contra 381 000 pesos (1 a 6.6); ventas netas: 284 000 contra 1 400 000 pesos (1 a 5); valor agregado bruto: 67 000 contra 456 000 pesos (1 a 6.8). Estas relaciones tan dispares se deben fundamentalmente a las diferencias de escala con que operan los establecimientos minoristas de ambos subsectores, ya que los índices correspondientes al comercio mayoritarista muestra diferencias mucho menores que las anotadas para el conjunto: personal ocupado: 1 a 2.4; capital invertido: 1 a 3.3; ventas: 1 a 1.7; valor agregado bruto: 1 a 2.2.

Apréciase también cómo un número tan pequeño de establecimientos mayoristas controlan la masa fundamental del comercio, especialmente en el subsector alimentario. 12/ Si se construyese una figura que representase el total del sistema alimentario, con los productores primarios en el borde superior, siguiéndoles en orden descendente los comerciantes mayoristas (y otros intermediarios que trabajan con o para ellos) y las industrias de procesamiento, más abajo a los comerciantes detallistas y enseguida a la masa de consumidores finales, se tendría la imagen de una especie de reloj de arena (con el vaso inferior más grande que el superior) en el cual el tramo estrecho estaría dado por el comercio mayorista y la industria de transformación. Es en esa garganta angosta donde se controla en

/Cuadro 18

Cuadro 18

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS, PERSONAL OCUPADO, CAPITAL INVERTIDO, VENTAS NETAS MAS INGRESOS VARIOS Y VALOR AGREGADO DEL SECTOR COMERCIAL, DESGLOSADO POR MAYORISTAS Y MINORISTAS Y PARA EL COMERCIO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS, 1975

(Miles de pesos)

	Número de establecimientos	Personal ocupado	Capital invertido	Ventas netas más ingresos diversos	Valor agregado bruto
Sector comercio	475 264	1 118 028	83 951 008	328 553 739	89 919 377
Mayorista	11 652	130 939	17 796 944	84 951 856	20 608 749
Minorista	463 612	987 089	66 154 064	243 601 883	69 310 628
Subsector productos alimentarios	300 242	498 961	17 229 903	85 348 573	20 129 188
Mayorista	3 984	23 937	2 471 822	19 117 411	3 723 825
Minorista	296 258	475 024	14 758 081	66 231 162	16 405 363
Cacao, café, cereales y otros granos y semillas	2 749	5 768	490 760	2 580 563	548 439
Mayorista	191	1 343	199 275	1 189 455	248 101
Minorista	2 558	4 425	291 485	1 391 108	300 338
Fruterías y recauderías	48 389	63 556	492 983	5 475 181	1 428 067
Mayorista	1 751	4 846	159 922	1 908 713	391 578
Minorista	46 638	58 710	333 061	3 566 468	1 036 489
Carne de ganado vacuno, aves, pescado, mariscos y sus productos	36 650	57 362	1 373 178	12 200 176	2 927 536
Mayorista	502	3 253	349 699	3 323 849	561 291
Minorista	36 148	54 109	1 023 479	8 876 327	2 366 245
Expendios de huevo	1 170	2 610	131 832	3 432 368	564 178
Mayorista	132	888	76 077	2 951 098	438 818
Minorista	1 038	1 722	55 755	481 270	125 360
Abarrotes, ultramarinos, tendajones, misceláneas, dulcerías, expendios de pan y otros establecimientos	208 888	319 293	7 907 190	31 320 192	8 515 713
Mayorista	1 256	9 344	1 134 852	7 157 506	1 419 204
Minorista	207 632	309 949	6 772 338	24 162 686	7 096 509
Supermercados y tiendas de autoservicio	2 396	50 372	6 833 960	30 340 093	6 145 255
Mayorista	152	4 263	551 997	2 586 790	664 833
Minorista	2 244	46 109	6 281 963	27 753 303	5 480 422

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Dirección General de Estadística, VII Censo Comercial, 1975.

/México

México y otros países de América Latina y del Tercer Mundo en general las partes superior e inferior del imaginario reloj, es decir, a los productores primarios por una parte, y a los consumidores por la otra, a través, estos últimos, del comercio minorista.

La enorme concentración que muestra el comercio mayorista de alimentos es especialmente notable en el rubro de abarrotes, ultramarinos, misceláneas y otros pequeños negocios: 1 250 empresas mayoristas controlan a más de 200 000 comerciantes minoristas. En general, son empresas con un alto nivel de productividad, puesto que con la vigésima parte del personal y un séptimo del capital invertido realizan un cuarto de las ventas totales del subsector comercio alimentario. Ahora bien, dentro del grupo de los mayoristas hay un pequeño segmento de empresas gigantes --cerca de 120-- que controla alrededor de la mitad de todas las ventas al por mayor, mientras que el 75% de los mayoristas --empresas familiares y pequeñas--, sólo controla un 10%. Un fenómeno parecido se da también en el comercio minorista, donde poco más de 2 000 establecimientos de autoservicio tenían un volumen de ventas (y otros ingresos) superior al de los 207 000 negocios de abarrotes.

La tendencia hacia la concentración comercial se observa también a nivel regional. Así, el Distrito Federal más el Estado de México 13/ tenían en 1975 el 31% del número total de establecimientos alimentarios (mayoristas y minoristas) y controlaban el 41.5% de las ventas netas de este subsector, a pesar de que contenían sólo el 22.5% de la población total del país. Como puede apreciarse en el cuadro 19, que muestra cifras para 1970 y 1975, la densidad comercial era bastante mayor en el área metropolitana que en el conjunto del país, manifestada en un coeficiente más bajo de población por establecimiento. Esta concentración comercial obedece naturalmente al mayor poder de compra de la población capitalina (como se recordará, el gasto promedio en alimentos de los hogares capitalinos es bastante mayor que el promedio nacional). Aunque entre 1970 y 1975 el número de establecimientos dedicados a la venta de alimentos de todo tipo disminuyó ligeramente en el Distrito Federal, como consecuencia de la contracción experimentada por el ramo de abarrotes y otros comercios pequeños, en el Estado de México, en cambio, se registró un aumento importante, como reflejo en buena medida del fenómeno de enorme crecimiento demográfico en la periferia urbana del D.F. en los últimos años y la consiguiente expansión del área física ocupada por dicha población.

El cambio más importante que se advierte en el período 1970-1975 --y que seguramente se ha acentuado en los años más recientes-- es la sustitución de las tiendas de abarrotes y otros comercios pequeños por las cadenas de autoservicios o supermercados, fenómeno especialmente notable en el área metropolitana. En 1970 las tiendas de abarrotes representaban casi la mitad del total de establecimientos de comestibles y sus ventas constituían el 60% de las de todo el subsector alimentario del D.F.; en 1975 el porcentaje de establecimientos había descendido al 44%, pero su participación en las ventas se había desplomado al 26%, o sea menos de la mitad, en términos porcentuales, que cinco años antes. Esa disminución en las ventas

/Cuadro 19

Cuadro 19

ALGUNOS INDICADORES SOBRE LA EVOLUCION RECIENTE DEL COMERCIO DE ALIMENTOS EN MEXICO Y AREA METROPOLITANA a/

	Total del país		Area metropolitana b/						%
			D.F.		Edo. de México		Total A.M.		
	1970	1975	1970	1975	1970	1975	1970	1975	
Total alimentario									
Número de establecimientos	286 430	300 242	64 445	63 685	23 280	28 220	87 725	91 905	30.5
Población total (millones)	48.2	58.1	6.9	8.3	3.8	4.8	10.7	13.1	22.5
Población por establecimiento	168	194	107	130	165	169	122	142	-
Ventas netas más ingresos diversos (millones de pesos)	38 111	85 348	13 900	29 485	2 409	5 967	16 309	35 452	41.5
Abarrotes, etc.									
Número de establecimientos	105 160	208 888	31 647	28 341	16 739	19 180	48 386	47 521	
Ventas netas (millones de pesos)	22 789	31 320	8 430	7 870	1 810	1 786	10 240	9 656	
Porcentajes sobre el total (de cada columna)	60.0	36.7	60.6	26.0	75.1	29.9	62.8	27.2	
Ventas por establecimiento (miles de pesos)	111	150	266	277	108	93	212	203	
Supermercados y autoservicios									
Número de establecimientos	834	2 396	104	423	30	122	134	545	
Ventas netas (millones de pesos)	6 034	30 340	1 405	10 316	202	2 916	1 607	13 232	
Porcentajes sobre el total (de cada columna)	15.8	35.6	10.1	34.9	8.4	48.9	9.9	37.3	
Ventas por establecimiento (miles de pesos)	7 200	12 700	13 500	24 400	6 700	23 900	12 000	24 280	
Carnes, pescados, huevo									
Número de establecimientos	31 759	37 820	10 496	11 849	3 023	4 383	13 509	16 232	
Ventas netas (millones de pesos)	4 630	15 632	2 750	7 933	265	970	3 015	8 703	
Porcentajes sobre el total (de cada columna)	12.1	18.3	19.8	26.9	11.0	16.3	18.5	24.5	
Ventas por establecimiento (miles de pesos)	146	413	262	670	88	221	223	536	
Frutas y legumbres frescas									
Número de establecimientos	46 089	48 389	21 815	22 682	3 355	4 391	25 170	27 073	
Ventas netas (millones de pesos)	2 430	5 475	1 137	2 902	91	239	1 228	3 141	
Porcentajes sobre el total (de cada columna)	6.4	6.4	8.2	9.8	3.8	4.0	7.5	8.9	
Ventas por establecimiento (miles de pesos)	53	113	52	128	27	54	49	116	
Café, frijol, maíz y otros granos									
Número de establecimientos	2 588	2 749	383	521	133	144	516	665	
Ventas netas (millones de pesos)	1 226	2 580	176	462	41	54	217	516	
Porcentajes sobre el total (de cada columna)	3.2	3.0	1.2	1.6	1.7	0.9	1.3	1.5	
Ventas por establecimiento (miles de pesos)	474	939	460	887	308	375	420	776	

a/ Incluye establecimientos mayoristas y minoristas; b/ Distrito Federal más Estado de México.

/se produjo

se produjo incluso en términos absolutos, lo que significó una caída violenta en términos reales para el conjunto, pero algo aminorada para el establecimiento promedio, debido al cierre de varios miles de estas tiendas. En el Estado de México la situación fue aún peor, ya que aumentó de manera importante el número de establecimientos pero disminuyeron sus ventas totales, lo cual significó una caída en las ventas por establecimiento, aún en pesos corrientes, reflejando así una tendencia hacia el empequeñecimiento del tamaño y volumen de operaciones de dichas tiendas. Este fenómeno está vinculado probablemente con la ubicación de los establecimientos adicionales en los sectores "neo-urbanizados" más pobres, donde predomina la población rural recién llegada a la metrópoli.

Los supermercados, en cambio, se desarrollan vigorosamente en esos cinco años. De 134 unidades en 1970 pasan a 545 en 1975, o sea cuadruplican su número, pero sus ventas totales aumentan ocho veces, lo que hace que las ventas por establecimiento se dupliquen, de 12 a algo más de 24 millones de pesos. El contraste con las ventas unitarias de las tiendas de abarrotes es notable: 60 a 1 en 1970 y 120 a 1 en 1975.

También se advierte una marcada progresión en la participación de establecimientos dedicados a la venta de carnes y huevo, que en conjunto pasan del 18.5% al 24.5% de las ventas totales en el área metropolitana, reflejando de este modo la tendencia de la población urbana a aumentar su consumo de productos de origen animal.

En conjunto, son más de 90 000 los establecimientos comerciales a través de los cuales se canalizan esas 32 000 toneladas diarias de alimentos a que se hizo referencia anteriormente. Ello, sin considerar los miles de restaurantes, hoteles, taquerías, fondas y otros establecimientos de venta de comidas preparadas, donde una proporción importante de la población metropolitana adquiere una parte apreciable de los alimentos y bebidas que consume. 14/

3. El comercio mayorista

Examinaremos en esta sección la estructura y funcionamiento del comercio mayorista de los principales productos perecederos: frutas y hortalizas, carne de res y de aves, huevo, pescado y leche. Se advertirán diferencias en la profundidad y extensión del tratamiento que se le ha dado a cada una de estas categorías de productos, que resultan de la mayor o menor disponibilidad de datos. Se prestó mayor atención al caso de la Central de Abastos de La Merced, no solamente porque se contó con mayor información sobre su funcionamiento, sino porque constituye un núcleo central del sistema de abastecimiento alimentario de la ciudad de México. Penetrar en ese complejo mundo, aunque sea de manera superficial, permite comprender la maraña de intereses que se mueve en torno al comercio de alimentos en una urbe de las dimensiones del área metropolitana de México. Dicha central mayorista está a punto de ser trasladada a instalaciones mucho más modernas y eficientes que se encuentran en proceso de construcción, en el sector oriente de la ciudad. En el capítulo sobre programas futuros en este campo se entregan algunos antecedentes sobre la nueva Central de Abastos, que es motivo de gran polémica en la capital.

/En varios

En varios casos no ha sido posible circunscribir el examen a la parte mayorista del proceso de comercialización, habiéndose tenido que examinar el circuito completo, a fin de no cortar la cadena de descripción y análisis. Por ello se encontrará en esta sección mención frecuente a ciertos tipos de establecimiento minorista que se describen con mayor detalle en la sección que sigue.

a) El comercio de frutas y hortalizas

i) La Central de Abastos de La Merced. Como se dijo, este es el principal centro de distribución mayorista de alimentos vegetales y abarrotes de la ciudad de México y, de hecho, el más importante del país. A él llegan frutas y hortalizas de las diversas zonas productoras de la nación, para atender fundamentalmente las necesidades de la enorme masa de población urbana de la metrópoli capitalina, pero para servir también otros puntos del país. Se estima que un 20% del total de frutas y hortalizas ingresadas a la Merced se reexpide a otros centros de la República.

Los antecedentes de la Merced se remontan a la época prehispánica. Funcionaba entonces, y después durante el período colonial, como un centro de ventas al detalle. El área que hoy ocupan los mayoristas fue uno de los barrios de la ciudad trazado por los españoles sobre la antigua capital indígena, y tenía un carácter eminentemente habitacional. Sólo a fines del siglo XIX, cuando comienza el acelerado e ininterrumpido crecimiento demográfico de la capital, se hace presente la necesidad de contar con un sitio de concentración y distribución al por mayor de productos alimenticios perecederos. En este sentido la Merced tenía la ventaja de su proximidad al desembarcadero de La Viga, ubicado sobre el canal del mismo nombre, por donde llegaban todos los productos hortícolas del sureste del Valle de México. Es así como en torno al antiguo desembarcadero (que hoy día es una plaza) se fue formando poco a poco un núcleo de bodegas de mayoristas que, hacia los años treinta --habiendo desaparecido la comunicación fluvial-- ya ocupaba un área sumamente extensa. Gradualmente, las viejas casonas coloniales se fueron convirtiendo en bodegas, o en vecindades multifamiliares. La expansión del área de La Merced prosiguió hasta ocupar alrededor de 55 manzanas en el centro histórico de la ciudad. 15/

Las categorías principales de comerciantes mayoristas que operan hoy día en la Merced son, en orden de importancia: frutas y hortalizas; abarrotes; chiles secos y especias y cremerías.

En el cuadro 20 se presentan cifras sobre el número de bodegas y superficie que ocupan estas categorías.

Junto con las bodegas de productos perecederos y abarrotes coexisten numerosos establecimientos comerciales y de servicios varios, que atienden las necesidades de la gran masa humana que trabaja y acude diariamente a la Merced. Así, por ejemplo, hay 250 restaurantes y fondas, 66 papelerías, 32 hoteles, 32 vinaterías, 25 bancos, 13 baños públicos, y otros muchos y muy

/Cuadro 20

Cuadro 20

LA MERCED: NUMERO DE BODEGAS Y SUPERFICIE OCUPADA

Categoría	Número	Superficie (m^2)
Total	1 813	136 075
Frutas y hortalizas	1 345	97 350
Abarrotes y víveres	270	27 060
Chiles secos y especias	131	8 650
Cremerías	67	3 015

Fuente: Bufete de Análisis Socioeconómicos, S.C., 1978. Investigación realizada para la Comisión de Desarrollo Urbano, con motivo de la construcción de la nueva Central de Abastos.

/diversos

diversos comercios, que en conjunto ocupan alrededor de 40 000 m^2 adicionales dentro de la Merced propiamente tal. Aunque no vinculados tan directamente a las operaciones de la Merced como los anteriores, hay otro universo comercial radicado en la zona de la Merced, que aprovecha la gran afluencia de público a la misma. En los 1 600 establecimientos de este tipo, con 120 giros distintos hay, por ejemplo, unos 320 almacenes de ropa, 160 boneterías, 120 almacenes de telas, unas 100 fábricas de ropa, 80 zapaterías, 70 ferreterías, 50 estudios médicos, 20 farmacias, 11 peluquerías, 18 expendios de lotería, 38 joyerías, 65 dulcerías, etc., que ilustran la heterogeneidad y complejidad de esta ciudad dentro del área metropolitana que es la zona de La Merced.

La mayoría de los comercios de productos perecederos establecidos en la Central propiamente tal (75%) es bastante antigua, más de 10 años de dedicación a su actividad. Según el volumen de sus operaciones se pueden clasificar en mayoristas propiamente tales y en medio-mayoristas. Los primeros operan (compran o producen) grandes volúmenes, con un mínimo equivalente a la carga de un camión y venden en volúmenes menores a comerciantes de otras ciudades y a los medio-mayoristas de la misma Merced. Estos últimos son los que venden a los detallistas por unidades menores (cajas, costales, etc.). Muchos mayoristas comparten bodegas con medio-mayoristas, o bien se dedican ellos mismos a ambas actividades. Se estima que sólo una cuarta parte de los comerciantes de perecederos de la Merced se dedica exclusivamente al mayoreo. Las otras tres cuartas partes incluyen a mayoristas y medio-mayoristas (estos últimos solos o en combinación con los primeros).

Una fracción de los bodegueros realiza operaciones conexas con su actividad específica. Así, hay un 6% que también actúa en calidad de comisionistas, como consignatarios por cuenta de productores, y un 4% actúa como "introductores", o sea como acopiadores en las zonas rurales. Sin embargo, la casi totalidad de los mayoristas propiamente tales tienen acceso directo a la producción primaria, unos como agricultores (el 54%), y otros compran a unidades agrícolas el total de su producción "en verde", ocupándose de realizar la cosecha, transporte y comercialización; otros, en fin, trabajan con campesinos bajo el sistema de "mediería", que se explicará con mayor detalle en el caso de la papa. En estos últimos dos casos los bodegueros suelen otorgar financiamiento anticipado a los productores, con lo cual aseguran su control sobre la cosecha.

Se estima que en las bodegas trabajan alrededor de 5 000 empleados (3 500 permanentes y 1 500 temporales), además de los bodegueros mismos y sus familiares. Por otra parte se calcula que son cerca de 10 000 personas las que trabajan como estibadores, en la carga, descarga y transporte interno de las mercaderías, y como transportitas externos. En total, pues, son unas 17 000 personas, aparte de los muchos miles de comerciantes ambulantes que transitan por las calles y callejones de la Merced y de las decenas de miles de compradores que acuden diariamente a este centro de abastos.

/De las 1 800

De las 1 800 bodegas existentes en la Merced sólo un séptimo --250-- es de propiedad de sus ocupantes; el resto --1 560 bodegas-- están alquiladas directamente o subarrendadas. Alrededor de un tercio de los bodegueros-propietarios alquilan de uno a tres locales más. Ello muestra el grado de concentración que existe en la Central.

El alquiler mensual no es elevado, pero constituye sólo una pequeña parte de la erogación total del arrendatario. Además de la renta debe pagarse un "derecho de llave" o "guante" en la jerga local, que es muchas veces mayor que aquélla, fluctuando según las condiciones físicas de la bodega, su tamaño, ubicación, entre otros factores. Se estima que las sobre-rentas varían entre 50 y 70 veces la renta nominal. Obviamente, este mayor costo es ampliamente recuperado por los bodegueros a través de recargos en los precios y de los elevados volúmenes que manejan diariamente. La escasez de espacio es muy grande, lo que explica la gran cantidad de subarrendatarios que existen, los que alquilan desde 3 a 4 m^2 hasta 30 o 40 m^2. Algunas bodegas se subdividen hasta en 15 lotes para subarriendo.

Debido a que son relativamente pocos los propietarios, la mayoría de los bodegueros no realizan inversiones para conservar o mejorar el estado de sus locales. No es de extrañarse pues que espacios que no fueron diseñados para bodegas, ni recibieron jamás un toque de mejoramiento, se hayan deteriorado al punto de tornarse casi inservibles para la función que se supone deben cumplir. Por estas y otras razones que se analizan más adelante, la Merced --en su parte mayorista tradicional-- será trasladada a fines de 1982 a una nueva Central de Abastos, y la zona completa será reconstruida y devuelta al patrimonio histórico-cultural de la ciudad.

El proceso de comercialización de las frutas y hortalizas se realiza de la siguiente manera: los productos llegan en las primeras horas de la mañana en unos 1 500 camiones de entre 5 y 20 toneladas, predominando aquellos de 9 a 10 toneladas. 16/ Se dirigen a una de las dos áreas físicas donde se encuentran los comisionistas y bodegueros a los que va consignada la mercancía, y otras personas que desean abastecerse al por mayor: otros bodegueros de la Merced, bodegueros de otras plazas, representantes de supermercados, oferentes de grandes puestos de mercados sobre ruedas y otros. Un área es para frutas y se denomina "corralón", la otra es para hortalizas y se denomina "área de bodegas".

El "corralón" consiste en dos grandes estacionamientos: uno para la naranja y otro para el plátano, que son de flujo continuo durante el año. Las frutas de oferta estacional llegan indistintamente a ambos estacionamientos. Las operaciones de compraventa comienzan a las 4 de la mañana. Durante el tiempo que el camión permanece en el corralón hasta que su carga es vendida, se paga un derecho de estacionamiento, que es mayor en la primera hora. La operación mercantil se realiza verbalmente y se finiquita al contado; el precio, llamado "de introducción" se fija de acuerdo con la oferta y la demanda de cada día. La unidad mínima de mercadeo es la carga de un camión.

/En el caso

En el caso de las hortalizas, la mayor parte ya viene consignada a los bodegueros y comisionistas, razón por la cual los camiones van directamente al área donde se encuentran las bodegas.

Durante las primeras horas de la mañana los bodegueros se informan del número de camiones que llegaron a la Merced y más tarde, cuando se abren las bodegas, realizan un recorrido para conocer las existencias y cuantificar así la oferta del día. El precio inicial en bodega (medio-mayoreo) dependerá del precio de introducción a que fue comprada la carga del camión así como de las existencias y de las presunciones de venta. Este precio se va ajustando en el curso del día según haya sido el movimiento.

A las seis de la mañana comienza la venta al medio-mayoreo. Los comerciantes detallistas recorren las diversas bodegas hasta comprar al precio que les parece más conveniente. El bodeguero, por su parte, va modificando su precio inicial en función de la intensidad de la demanda: por ejemplo, si los interesados no compran en seguida y luego no regresan, ello significa una demanda inferior a la esperada y además que los precios en otras bodegas son menores; por consiguiente el bodeguero comienza a disminuir sus precios hasta que logra vender; si, por el contrario, le compran de inmediato ello es señal de que se pueden subir los precios hasta llegar al punto de equilibrio. Como se ve, el sistema de información es bastante primitivo, aun cuando la práctica de bodegueros y comerciantes les permite darse cuenta rápidamente de las tendencias del mercado. Como los productos perecederos no se pueden almacenar por un período largo, no se prestan al acaparamiento ni a la especulación prolongada. Sin embargo, los bodegueros más grandes tienen una mayor capacidad de maniobra, por los elevados volúmenes que operan, y pueden influenciar las fluctuaciones en los precios de introducción, no así aquellos que se dan al nivel del medio-mayoreo.

Una fuente adicional de ganancias, para muchos bodegueros, radica en la práctica del agiotismo o préstamo de dinero a tasas usurarias de interés que pueden alcanzar hasta el 10% diario. Estos créditos se realizan a locatarios de mercados y vendedores ambulantes principalmente, quienes no disponen de otra fuente de financiamiento. El agiotista presta desde sumas pequeñas hasta montos bastante elevados y descuenta el interés por anticipado; la recuperación se produce generalmente unos pocos días después.

Veremos a continuación algunos aspectos más detallados de la comercialización de dos productos que pasan por la Merced: plátano y papa. Aun cuando comparten algunos de los rasgos importantes del proceso, hay otros en los que difieren y que vale la pena conocer más a fondo. Este examen permitirá completar la descripción más bien general de los párrafos precedentes.

/1) <u>Comercialización</u>

1) Comercialización del plátano. Es una de las frutas de consumo más difundida en México. Se estima el consumo total en alrededor de 1.6 millones de toneladas, o sea, cerca de 22 kg por habitante. Suponiendo un consumo por habitante en el área metropolitana de aproximadamente 25 kg, ello daría un volumen total en la actualidad de aproximadamente 400 000 toneladas anuales, o 1 200 toneladas diarias. Esta cifra concuerda con estimaciones disponibles para 1974, que arrojaban un volumen diario de ingresos a la Merced de 1 000 toneladas diarias en promedio, de las cuales unas 100 toneladas se reexpedían posteriormente a otras plazas. 17/

Las principales zonas productoras que abastecen a la ciudad de México se encuentran en los Estados de Veracruz, Chiapas y Tabasco. El 70% del plátano producido en Veracruz se envía a la Merced; el 30% restante es despachado a otras plazas del país. La mayor parte de la producción veracruzana (70%) proviene de ejidos, el resto viene de pequeños propietarios. La comercialización inicial se realiza por intermedio de un "comprador regional" (C.R.) quien es una persona que radica en la región productora que conoce a los productores, está familiarizada con los canales de comercialización y que, generalmente, es también productor. Como la cantidad ofrecida por cada productor es pequeña, lo que impide que él la comercialice directamente, debe recurrir a dicho acopiador el "comprador regional", quien tiene más vínculos estrechos con los bodegueros y comisionistas a los que envía lotes mayores de este producto. Además, suele brindar financiamiento a los ejidatarios, sin imponer intereses explícitos pero con la condición de ser el único comprador. Aunque los campesinos a veces logran escapar de este yugo, por lo general el C.R. se encuentra en una situación monopsónica, lo que le permite castigar los precios pagados al productor, constituyendo tales castigos una proporción que equivale a una elevada tasa de interés por los anticipos concedidos. El precio que paga un C.R. dado está determinado por la demanda que haya en el centro de producción, es decir, por la presencia en la zona de otros intermediarios que compitan con él por la adquisición del producto. Por ejemplo, muchos bodegueros suelen enviar representantes para que compren por su cuenta, pero con frecuencia llegan después que los C.R., lo que les da a éstos una ventaja puesto que pueden comprar más barato cuando la demanda de los intermediarios en el campo no se ha hecho sentir todavía en toda su intensidad. De otra parte, es muy deficiente la información que tienen los ejidatarios y pequeños productores sobre los precios de introducción del plátano en la Merced y otras centrales de abasto, lo que los deja en realidad a merced de los compradores.

La operación de venta al C.R. puede revestir dos formas: una, directamente y, otra, en la que interviene un "coyote", intermediario que, mediante una comisión pagada por los productores, negocia con el C.R. los precios y también recolecta los pequeños volúmenes de los productores individuales. El "coyote" es una persona que radica en el centro de producción pero que está fuera del área de influencia del C.R. La venta al C.R. se hace siempre al contado; en el momento del pago, el C.R. descuenta todos los anticipos o préstamos que ha otorgado al productor.

/El C.R. envía

El C.R. envía la fruta a la Merced, y va siempre consignada a un bodeguero o un comisionista, que la recibe en el "corralón". Con el bodeguero el precio se ha acordado previamente y para la liquidación se descuentan las mermas. Si es enviado a un comisionista, se subasta primero y luego se pesa. La presencia del comisionista se origina en el hecho de que los bodegueros mayoristas generalmente liquidan el importe de sus compras al cabo de 8 o 10 días; el comisionista, en cambio, realiza el pago al contado al vendedor, sea éste C.R., coyote o el productor mismo. En esencia es, pues, un financista.

Los pequeños productores venden también, como se ha dicho, a agentes o representantes de los bodegueros. Hay casos en que inclusive están asociados con bodegueros de la Merced para la venta al medio-mayoreo.

En lo que se refiere al plátano de Chiapas, los canales de comercialización son similares a los descritos más arriba. Hay diferencias, sí, en lo que concierne a la producción primaria, donde la casi totalidad está en manos de pequeños productores propietarios de la tierra. Generalmente trabajan un mínimo de 20 ha, dado el alto costo del desmonte y riego. En Veracruz, en cambio, las superficies varían entre 3 y 30 ha para los pequeños productores privados, y entre dos y ocho hectáreas en el caso de los ejidatarios.

En la Merced hay alrededor de 200 bodegas dedicadas exclusivamente a la distribución del plátano, para su venta a los detallistas. Pero el número de comerciantes es mucho menor: la mitad de las bodegas se encuentra controlada por 15 productores y bodegueros asociados, que comercializan directamente su producción. La capacidad total de las bodegas de plátanos es de algo más de 5 000 toneladas, lo que es apenas suficiente para cubrir las necesidades, ya que el período de maduración del plátano es de seis días.

En forma gráfica se pueden ilustrar así los diferentes canales de intermediación del plátano de Veracruz y Chiapas. (El orden no indica importancia relativa.)

1. Productor---Coyote---C.R.----------Bodeguero---Detallista (V.)
2. Productor----------C.R.----------Bodeguero---Detallista (Ch./V.)
3. Productor---Agente de bodega----------Bodeguero---Detallista (Ch./V.)
4. Productor----------Bodeguero---Detallista (Ch.)
5. Productor---C.R.---Agente de bodega---Bodeguero---Detallista (V.)
6. Productor---Agente de autoservicio----------Autoservicio (Ch./V.)

2) Comercialización de la papa.[18/] En la Merced se comercializan anualmente alrededor de 800 000 toneladas de papa nacional, equivalente al 90% de la producción; de ese volumen, 1 000 toneladas se destinan al consumo humano y el resto se industrializa, se exporta o simplemente se pudre. El transporte desde las zonas productoras (principalmente los Estados de Puebla, Tlaxcala y Veracruz) se realiza por unos 200 o 300 camiones diarios, número variable según la época.

/Existen

Existen cuatro uniones o grupos que se disputan el control de la producción y el comercio de la papa en la Merced. El grupo principal es la Unión Regional de Productores de Papa, que representa a más de 100 comunidades productoras de papa de los tres Estados mencionados, más algunos productores del Estado de México. Muy vinculada a este grupo se encuentra la Unión de Comerciantes y Bodegueros de La Merced, Lázaro Cárdenas, que cuenta como miembros a 75 grandes bodegueros. En conjunto estas dos uniones controlan alrededor de las tres cuartas partes de la papa que se transa en la Merced y aproximadamente dos tercios de toda la producción nacional. El tercer grupo, la Unión Aquiles Serdán, se compone de sesenta miembros bodegueros pequeños ubicados a un costado de la nave mayor de la Merced. Tiene poca importancia dentro del total y depende en buena medida de la Unión Regional,ya que fija sus precios a través de los cotizadores de ésta. Por último, la Cooperativa Pico de Orizaba, integrada por los "coyotes", que son cotizadores independientes de papa no autorizados por la Unión Regional. Se apoya fundamentalmente entre los campesinos no organizados de los Estados productores de papa, y establece con ellos contratos de producción en mediería, tal como lo hacen los bodegueros.

Hay una lucha muy grande entre la Unión Regional y la Cooperativa, debido a que la primera (que actúa conjuntamente con las otras dos Uniones) persigue el control total del comercio de la papa. Al parecer, la Cooperativa ha ido perdiendo peso, y es la Unión Regional la que, de hecho, decide sobre precios y volúmenes a repartir entre los bodegueros. En la temporada de diciembre a julio la Unión comercializa el 90% de la papa ingresada a la Merced, y el resto del año, cuando la producción de los tres Estados que la sustentan disminuye, esa proporción baja al 60%.

Cuando llegan los camiones con la papa --ordenada según tamaño y calidad-- se dirigen a dos estacionamientos especiales, uno en el costado oriente de la nave mayor y otro en la parte vieja de la Merced. En ambos sitios el procedimiento es igual. Allí se encuentran los "cotizadores" de la Unión, que son empleados de esta agrupación y que tienen como misión fundamental fijar el precio de la papa y distribuirla entre los diferentes bodegueros; afuera del recinto se ubican los "coyotes" o "cotizadores libres", que representan a la Cooperativa y que son intermediarios.

Los cotizadores conocen bien la mercancía y también las necesidades de los bodegueros; en función de ello tratan con el chófer del camión el precio del producto y, una vez fijado el mismo, lo envían donde el bodeguero que adquiere determinada calidad y tipo de papa. Ya en la bodega se cuentan las cajas y se liquida al chófer. Este tiene que pagar el costo de la cotización y además el costo de los estibadores, más otros gastos inherentes al transporte. En total, el campesino --por intermedio del chófer-- debe desembolsar alrededor del 7% del precio que recibe por concepto de comercialización de su producto en la Merced, mientras que el costo para los bodegueros --por concepto de adquisición del producto-- no pasa del 2%.

/Con el

Con el objeto de evitar un flujo desmedido de papa a la Merced, que pudiera afectar los precios, la Unión Regional sólo permite el ingreso del tubérculo de martes a viernes. Los otros días de la semana se ocupan en vaciar las bodegas. Si esto no se logra plenamente, el mercado se cierra por más tiempo y se avisa a los productores que no envíen más papa. 19/

Los cotizadores de la Unión Regional, que desempeñan un papel crucial en la fijación del precio de la papa, son campesinos escogidos muy cuidadosamente por la Unión, en asamblea de la comunidad de donde provienen. Deben ser muy honestos para evitar sobornos de los comerciantes o convertirse ellos mismos en intermediarios. La responsabilidad de su honestidad recae ante todo sobre las comunidades que lo eligieron y, de hecho, representa a todo un poblado. En caso de algún manejo turbio es la comunidad la que los destituye. 20/ Cabe añadir que ningún bodeguero tiene interés en ocupar el puesto de cotizador, ya que el sueldo mensual que éste recibe equivale a sólo uno o dos días de la ganancia del bodeguero. Es fácil comprender, pues, por qué se cede este cargo de tanta responsabilidad a un campesino.

El proceso de monopolización del comercio de la papa se comprende mejor cuando se examinan las relaciones de la Unión Regional con productores y comerciantes (que en la mayoría de los casos desempeñan ambas funciones). La Regional obliga a todos los productores de su zona de influencia --pequeños y grandes-- a ser miembros (con credencial) para poder vender su producto. Los pequeños productores y comerciantes (estos últimos, como se recordará, agrupados en las otras dos uniones) son la base de legitimidad de los grandes productores-comerciantes y sirven como grupo de presión ante los gobiernos estatales y federal.

Como se señaló anteriormente, la mayor parte de los bodegueros son a la vez productores directos en sus Estados y también trabajan "a medias" con productores de papa de otros Estados. La venta "a medias" está más extendida en Estados que cultivan con riego; cerca de la mitad de los pequeños productores en los Estados de México, Hidalgo y Michoacán trabajan con un "mediero", mientras que en las zonas productoras principales esa proporción no sobrepasa el 15%. El "mediero" es por lo común un bodeguero de la Merced o uno de sus empleados, que facilita al campesino la semilla, el fertilizante, el insecticida, los peones especializados para la "escarba" de la papa en tiempo de la cosecha y el transporte a la Merced.

Por su parte, el campesino proporciona el terreno, el agua de riego, la mano de obra para todas las faenas del cultivo (menos la "escarba") y los instrumentos necesarios para el desempeño de estas actividades (arado, yunta, bomba, etc.). Después que el campesino entrega la papa en la Merced, se hacen cuentas con base en los precios vigentes y se calcula el monto total de la venta. De ahí se deducen todos los gastos que tuvo el bodeguero (insumo, peones, etc.) y el resto se divide en dos partes iguales, una para el bodeguero y la otra para el campesino. Esto significa que la mano de obra campesina, el desgaste de los instrumentos y la renta de la tierra no

/se remuneran

se remuneran directamente como factores de la producción, sino que su costo gravita enteramente sobre el ingreso bruto percibido por el campesino. Este costo no pagado va a engrosar las utilidades del bodeguero por la venta de la papa.

El dominio que ejercen los bodegueros --productores de la Regional-- es todavía mayor debido a que también controlan una gran parte de la producción y comercialización de la semilla de papa. Ello les permite boicotear a ciertos productores y, sobre todo, no vender semilla a comerciantes y cotizadores independientes, impidiéndoles así cultivar "a medias".

Tornando al mecanismo de la compraventa, hay que examinar cómo se distribuyen los beneficios de la venta. Como se recordará, el campesino-productor debe pagar la comisión del cotizador, el transporte, las cajas y los estibadores, además de sus propios gastos de producción; los bodegueros, en cambio, pagan los costos de manejo (empleados, luz, etc.) los riesgos de venta (pudrición, repentina baja en los precios) y los impuestos. Como se dijo, tales cargas representan 7% para el campesino y sólo 2% para los bodegueros pequeños y 1% para los bodegueros grandes.

Las diferencias entre pequeños y grandes bodegueros van más allá del simple tamaño de sus respectivas bodegas. Los primeros, agrupados en la Unión Aquiles Serdán, 60 miembros, rentan sus bodegas y pueden manejar solamente una bodega cada uno. En conjunto, comercializan una cuarta parte del total de papa ingresada a la Merced. Los grandes, de la Unión Regional Lázaro Cárdenas, pueden manejar o controlar más de una bodega, y varios de ellos son propietarios de las mismas. En conjunto controlan el 75% del comercio de la papa. Quienes alquilan sus bodegas deben pagar, además de la renta nominal, una sobrerrenta que equivale a unas 10 veces la cifra anterior.

En el estudio de Ursula Oswald, cuyos resultados aquí se examinan, se encontró que el margen de ganancia de los bodegueros pequeños equivalía a un tercio de aquel percibido por los bodegueros grandes con una bodega, y a un octavo de aquel percibido por los bodegueros que operaban tres bodegas. Pueden apreciarse, entonces, las enormes utilidades de estos últimos, acrecentadas por aquellas provenientes de su actividad como cultivador directo de papa y como "mediero".

Aunque la producción de papa muestra una tendencia ascendente sostenida a lo largo de los últimos 40 o 50 años, hay años en que se producen variaciones al alza o a la baja muy pronunciadas 21/ que son aprovechadas hábilmente por el monopolio de los comerciantes de la Merced para obtener mayores utilidades --sea restringiendo el precio pagado a los productores cuando hay exceso de oferta 22/ o elevando el precio a los detallistas-- y por ende a los consumidores (cuando el producto está relativamente escaso). Pero, como norma general, el bodeguero busca la elevación del precio, ya que ello le permite, de paso, valorizar las calidades inferiores de papa. Así, por ejemplo, cuando se inicia en 1973 el alza en los precios de la papa, los consumidores de bajos ingresos comienzan a adquirir

/papa de

papa de menor calidad que anteriormente desechaba. Con ello se origina también un mayor ajuste de la demanda a la estructura de la producción, dado que sólo una proporción pequeña corresponde a la papa de las primeras categorías, siendo la mayoría de baja calidad.

Según cálculos correspondientes al mes de junio de 1977, el margen de utilidad de los mayoristas era proporcionalmente mucho mayor para las calidades inferiores que para las superiores (13% para las calidades 1a. a 5a. y 20% para las calidades 6a. y 7a.).

Los aumentos más importantes de precios ocurren en la fase de menudeo; según el mismo estudio, de junio de 1977, los precios al consumidor eran entre 40% y 100% más altos que al nivel de mayoreo, según la calidad. Sin embargo, el escaso volumen de ventas de muchos de los detallistas significa que sus ganancias totales por la venta de este producto no eran (ni son) muy elevadas.

Puede concluirse, pues, que el alto grado de monopolización del comercio mayorista de la papa en la Merced hace que los precios de este producto no se rijan esencialmente por la oferta y la demanda ni se determinen en conformidad con los costos de producción, sino que en conformidad con el principio de escasez, manipulado por dichos comerciantes.

3) Otros aspectos de importancia. Además de los que se han señalado hasta ahora, hay otros factores que contribuyen a elevar los precios y deteriorar la calidad de frutas y hortalizas; entre ellos pueden citarse: la congestión extrema de vehículos y la demora y alto precio de la descarga y nuevamente carga y traslado de los productos de bodega a medios de transporte y en ellos a los expendios minoristas de toda la ciudad; el excesivo manipuleo de la mercancía debido a lo inadecuado de los sistemas de manejo y almacenamiento, que se traduce en mermas de productos y envases; mermas adicionales por la carencia de instalaciones frigoríficas y otras para la adecuada conservación de productos altamente perecederos.

En lo que se refiere a las mermas de frutas, tubérculos y verduras, no hay datos precisos sobre su volumen, pero se dispone de antecedentes sobre el número de bodegueros que declaró haber experimentado determinados porcentajes de merma. En el cuadro 21, basado en las investigaciones realizadas para la Comisión de Desarrollo Urbano por el Bufete de Análisis Socioeconómicos, S.C., en 1978, se presentan informaciones ilustrativas al respecto. Se dividieron las mermas en tres categorías porcentuales para operaciones en naranja y toronja, plátano, otras frutas, jitomate, papa y hortalizas varias. El cuadro 21 agrupa los datos parciales en un solo gran total.

Aunque pérdidas superiores al 20% sólo se dan en forma limitada exclusivamente en el caso del jitomate, no deja de ser significativo que casi un tercio de los comerciantes mayoristas acuse mermas de entre 10% y 20%. Ello no sólo significa un encarecimiento en los precios sino una disminución efectiva de la oferta; es necesario recordar que algunos de estos

/Cuadro 21

Cuadro 21

LA MERCED: MERMAS REGISTRADAS EN LAS OPERACIONES DE COMERCIANTES EN FRUTAS Y HORTALIZAS, 1978

Categoría porcentual de la merma	Número de bodegueros	Porcentajes
Total	1 345	100.0
De 0 a 10	909	67.5
De 10 a 20	429	32.0
Más de 20	7	0.5

/productos,

productos, como la papa, a veces deben ser importados para suplir los faltantes de la producción nacional. De otro lado, si a las anteriores se añaden las mermas que se producen a nivel del comercio al menudeo --que probablemente son mayores en algunos productos altamente perecederos-- se llega a una cifra total que representa una fracción nada despreciable de la producción nacional total. Es decir, que se ha invertido trabajo, suelo, agua, otros insumos, capital, etc. para producir algo destinado a la pudrición por la carencia de un sistema apropiado de comercialización y de la infraestructura necesaria para ello. Esto resulta aún más absurdo si se considera que hay vastos segmentos de la población que padecen de desnutrición y cuyo consumo de frutas y verduras es extraordinariamente bajo.

4) La nueva Central de Abastos. Como se ha dicho, el acelerado crecimiento de la población capitalina y el consecuente consumo y comercio de alimentos condujo a un desarrollo desordenado de la infraestructura mercantil de la Merced, que pasó de cuatro manzanas en sus inicios a las 55 que ocupa hoy día. Se acondicionaron improvisadamente toda clase de locales, incluyendo joyas arquitectónicas, por bodegas, frigoríficos y comercios. El nivel de eficiencia de sus operaciones ha ido decayendo rápidamente por el congestionamiento, la elevación del porcentaje de mermas, las dificultades de manipulación, la falta de información oportuna y completa para compradores y vendedores (lo que desvirtúa la función de la Merced como una bolsa de víveres), y la casi imposibilidad de los productores de acceder directamente a sus instalaciones. A ello se suma la inelasticidad en la oferta de locales, ya que el espacio ocupado por la Merced no puede seguir creciendo, lo cual provoca, como se ha señalado, una elevación considerable en las rentas, que repercute obviamente en el nivel de precios de los alimentos.

El tránsito en la zona de la Merced es muy precario y congestionante, que genera retrasos en las maniobras de carga y descarga, ya que se ocupan hasta 5 o más horas en operaciones que normalmente no deberían durar más de 45 minutos a una hora. El problema del transporte ha llegado a su punto crítico, no tanto por la afluencia de vehículos y el congestionamiento, sino por la falta de estacionamientos adecuados a los transportes cargueros y por las limitaciones de radios de giro para esos vehículos. Asimismo, la densidad humana, la dificultad de vigilancia y la corrupción han traído consigo la explotación humana en el trabajo, el enviciamiento (alcohol, drogas), la prostitución, la delincuencia y la insalubridad.

Con el objeto de dar solución a estos problemas se está construyendo en la zona oriente de la ciudad de México una nueva Central de Abastos, cuya primera fase se inaugurará en el mes de octubre de 1982.

En un terreno de 327 hectáreas, de propiedad del Departamento del Distrito Federal, se dedicarán 217 a la primera etapa de la Central de Abastos. En las 110 ha restantes se proyecta desarrollar un conjunto habitacional urbano y de servicios complementarios a la Central, con una población de 150 000 habitantes. En las 217 ha de la Central se están ejecutando, además de los edificios donde funcionará la misma, las obras complementarias de agua potable, ejes viales, casetas de vigilancia, etc.

/El proyecto

El proyecto arquitectónico contempla incluir en el área de la Central las siguientes funciones:

1. Bodegas de frutas y hortalizas.
2. Bodegas de abarrotes, cremerías y otros víveres.
3. Pasillos amplios (crujías) para la instalación de servicios.
4. Espacios para la subasta de productos y acceso de los proveedores.
5. Frigorífico central.
6. Comercio oficial (entidades públicas) y almacenes de depósito.
7. Operación de envases vacíos.
8. Administración.
9. Bomberos y policía.
10. Taller mecánico.
11. Estación de servicio.
12. Casetas de entrada y de salida.
13. Central telefónica.
14. Mercados.
15. Depósito de basura.
16. Area de expansión.

La acción constructiva es impresionante. Se urbanizaron más de dos millones de metros cuadrados, de los cuales las construcciones ocuparán 600 000 m^2: 360 000 m^2 en la zona de bodegas, 150 000 m^2 en el área de crujías (pasillos de servicios) y 90 000 m^2 para las funciones restantes.

Las bodegas contarán con amplias vialidades y en doble sentido para los camiones, con andenes para la carga y descarga de las mercancías que se encuentran separadas del pasillo por donde transitarán los compradores. Tendrán espacios para el almacenamiento y la maduración, y acceso a un pasillo central cubierto muy amplio con capacidad para la exhibición de los productos, la compraventa y el acarreo de las mercancías compradas con carros de mano.

Las bodegas se agruparán por ramas comerciales y la zonificación por género de productos, para que funcionen como una bolsa de alimentos. La concentración permitirá a los compradores, con un recorrido mínimo, tener una visión clara de las ofertas diarias, comprobar la calidad de las mercancías y comparar sus precios (lo que hoy resulta muy difícil en la actual Merced).

La vialidad para peatones será totalmente independiente de aquélla para vehículos, lo que aumenta la seguridad de los primeros y agiliza la circulación de los últimos. Los patios de maniobra para carga y descarga operan en el mismo nivel del andén y son frontales a la zona de almacenes, permitiendo que los camiones se estacionen en batería, facilitando así las operaciones. Las azoteas de las crujías (pasillos de servicio y circulación) se destinarán al estacionamiento de automóviles.

/El proyecto

El proyecto es de tipo modular, lo que permitirá el crecimiento futuro del área de bodegas. Se destinará un espacio importante para la subasta pública de los productos perecederos y a la comercialización directa por parte de los productores, quienes podrán exhibir sus productos en los camiones y efectuar las operaciones de compraventa en corredores cubiertos destinados para ese fin. Los productores (o los camioneros que los representen) tendrán acceso al uso de los frigoríficos y del área de depósito para no verse obligados a rematar sus mercancías en condiciones desfavorables. El área de subastas va a ser manejada por una dependencia estatal, el Fideicomiso Promotora CONASUPO, que actuará como organismo subastador de los productos que se ofrezcan. En la subasta podrán participar sólo quienes estén registrados, sean oferentes o compradores. Se espera que con la intervención del Fideicomiso (que obtendrá una comisión por su función de subastador) las operaciones adquieran mayor transparencia y se resguarden mejor los intereses de los productores independientes.

El área de bodegas consistirá de 1 733 recintos de dimensiones variables: entre 72 y 1 222 m^2. De dichas bodegas, 1 429 se dedicarán a frutas y hortalizas y el resto a abarrotes, otros víveres y cremerías. Se pretende así mantener aproximadamente el mismo número de establecimientos que en la Merced, con una superficie similar por establecimiento. Se dará preferencia a los actuales comerciantes, dada su antigüedad en el negocio. Al mismo tiempo, con un metraje similar al que tienen actualmente, podrán operar de manera más eficiente volúmenes mayores de mercancías, gracias al carácter de las nuevas instalaciones. De las 1 733 bodegas, 1 519 serán para el sector privado (bodegueros), 105 para cooperativas de productores y 109 para el sector público. De estas últimas, 50 corresponderán a BANRURAL, que las destinará a productores agrupados en la Confederación Nacional Campesina y en la Confederación Campesina Independiente. Las otras 59 bodegas serán operadas por CONASUPO y sus filiales. Esta participación oficial, que se suma a la ya mencionada en el área de subastas, ausente hoy día en la Merced, permitirá probablemente una mejor regulación del comercio alimentario en sus fases de mayoreo y medio-mayoreo. Además, para facilitar las operaciones de compradores y vendedores, la Secretaría de Comercio operará un moderno sistema de informaciones, con pizarras electrónicas que proporcionarán constantemente las cotizaciones de los diferentes productos, las existencias y sus variaciones durante la jornada.

El financiamiento de la construcción y operación de la Central de Abastos corresponderá a un fideicomiso especial, que ha recibido aportes del Gobierno del Distrito Federal, de particulares interesados en disponer de bodegas u otros comercios en el recinto de la Central, 23/ y de las empresas estatales. La construcción misma es realizada por la Comisión de Desarrollo Urbano (CODEUR), supervisada por un Comité Técnico y de Distribución de Fondos formado por seis representantes del Gobierno del Distrito Federal, seis de los fiduciarios privados y dos de la Institución Fiduciaria (14 miembros en total). Una vez que termine la fase de construcción y la Central comience a operar, el comité anterior dejará paso a otro, con el mismo nombre pero compuesto por 48 miembros y que constituirá la instancia máxima en la dirección de la Central. La mitad de esos miembros

/representarán

representarán al sector público: 10 al DDF y/o CODEUR, dos a la Secretaría de Comercio y 12 a los organismos oficiales de comercio. Los otros 24 miembros representarán a los adquirentes de derechos sobre locales, con la siguiente distribución: 10 al ramo de frutas y hortalizas, seis al ramo de abarrotes, dos a los prestadores de servicios en las crujías, cuatro a los productores del área de subastas y dos al ramo de pescados y mariscos. 24/ Este comité técnico será presidido por el jefe del DDF o su representante legal, quien dirimirá los empates y tendrá derecho a veto.

Pese a las buenas intenciones de evitar en la nueva Central una concentración del poder como la que existe en la Merced, hay temores de que suceda lo contrario. Informaciones recientes de prensa 25/ señalan que, debido al muy alto costo de los locales (entre seis y 42 millones de pesos, que al tipo de cambio vigente a mediados de 1982 representaban de 120 000 a 850 000 dólares), los productores medianos y pequeños no podrán tener acceso directo a las bodegas de la Central, muchas de las cuales están siendo acaparadas por los grandes mayoristas actuales 26/ los que de este modo seguirán controlando una parte considerable del espacio comercial disponible y, por ende, de las operaciones mismas. Es probable que, tal como ocurre en la actualidad, muchas de esas bodegas se subdividan para alquilar espacios pequeñísimos a productores, con rentas muy elevadas, lo que necesariamente se traducirá en mayores precios de los alimentos.

El temor de mucha gente es de que, si bien la nueva Central significará un mejoramiento evidente desde el punto de vista de la higiene y una mayor eficiencia en la manipulación de los productos, se mantenga intacta la actual estructura de poder que, como se ha visto, constituye un factor de estrangulamiento y explotación tanto hacia atrás (productores) como hacia adelante (consumidores). Habrá que ver si la presencia física del Estado logrará impedir los excesos provocados por el ejercicio de tal poder centralizado.

ii) El mercado de Jamaica. Ubicado en las cercanías de la Merced, este antiguo mercado concentra fundamentalmente el comercio de frutas de estación, hortalizas y verduras (especialmente elote o maíz tierno) y flores. Cubre una superficie de aproximadamente 3 hectáreas, de la cual un 10% es ocupada por los locales del comercio al menudeo y el resto al comercio medio-mayorista de víveres y flores (y espacios comunes).

El mercado de medio-mayoreo cuenta con 460 comerciantes establecidos y otros 375 comerciantes semifijos. La totalidad de los locatarios vende por bulto, caja e inclusive al menudeo. Las verduras se venden por manojos o por peso y los elotes por gruesa (144 unidades) o fracción de ella. De cinco a diez de la mañana opera como mercado medio-mayorista, que abastece a comerciantes minoristas de mercados, y después de esa hora se convierte en un mercado público como cualquier otro mercado de barrio. Tres días a la semana este mercado se convierte en "tianguis", instalándose en las calles internas una multitud de vendedores ambulantes que comercian una gran cantidad de productos varios.

/Las ventas

Las ventas en el mercado de Jamaica alcanzan un volumen de entre 800 y 900 toneladas diarias (alrededor de 300 000 t anuales) de las cuales 90% corresponde a frutas y hortalizas y el 10% restante a flores y productos diversos. 27/

b) Comercio de productos de origen animal

i) Carne de res. La comercialización de bovinos, desde que se inicia en el campo y hasta la etapa de la matanza, incluye básicamente a los siguientes agentes:

- El productor, que vende por lo general sus animales en pie a un intermediario, aunque en algunos casos lo hace directamente al matadero;

- Los intermediarios rurales, que son de dos tipos: los "compradores rurales" (conocidos también como "coyotes") que compran en los predios y venden en los rastros o mataderos, o en empacadoras, y los "comisionistas" que, actuando por cuenta de mayoristas de carne, compran animales principalmente a pequeños y medianos ganaderos;

- Los introductores, que compran el ganado a los intermediarios --y a veces al productor mismo--, contratan con los rastros la matanza y beneficio del ganado en pie y realizan la venta de la carne en canal.

Dentro de este complejo proceso de comercialización de la carne, hay una etapa previa de intermediación y transacciones que corresponde a la compraventa de ganado en pie para engorde dentro del país. Aquí actúan dos tipos de introductores que controlan el tránsito de vacunos entre los productores-criadores y los productores-engordadores. Son llamados "mayoristas de ganado en pie" y operan en los dos extremos de la cadena. Se diferencian ambos tipos por el volumen de sus operaciones, pero se encuentran estrechamente vinculados comercialmente:

- El pequeño intermediario, llamado también "coyote" o "pepenador", recorre predios de su área de influencia y adquiere al contado la producción de animales jóvenes, de criadores con los que tienen lazos de amistad y vínculos financieros (les otorgan financiamiento anticipado). Cuentan con corrales y un medio de transporte, con lo que concentran la oferta dispersa y unitariamente pequeña de los criadores. Debido a los vínculos financieros, disponen de un gran poder de regateo frente a los pequeños criadores, pagándoles usualmente precios que están por debajo de los vigentes en el mercado. Posteriormente los animales son llevados a sus corrales para la poseterior venta a los mayoristas más grandes.

- Los mayoristas organizados (o "introductores de ganado en pie"), que compran a los pequeños intermediarios en lotes homogéneos y de cierto volumen, que son concentrados en lotes mucho mayores para su ulterior venta a centros de engorde importantes.

/Para el

Para el abasto de las grandes ciudades funcionan comerciantes-introductores, que operan con ganado gordo listo para el sacrificio. Están vinculados a engordadores --a quienes prestan servicios financieros-- los cuales les proveen del ganado gordo que requieren. Tienen acceso directo y rápido a la faena en los rastros municipales (lo que significa evitar pérdida de peso de los animales) y luego venden los canales a carnicerías y supermercados. Constituyen la pieza central en el proceso, pues controlan diariamente la oferta de ganado en los rastros y la venta de carne en canal. Es común que estos introductores-mayoristas actúen frente a los engordadores por medio de un comisionista, a quien pagan una cuota fija por cabeza entregada. Las transacciones se realizan al contado, siendo de gran importancia las relaciones personales entre ganaderos e introductores, ya que estos últimos disfrutan de una posición altamente monopsónica. El número de introductores varía según el rastro; en el de Ferrería, que es el más importante del área metropolitana y del país, actúan alrededor de 80, de los cuales sólo 15 controlan la mitad de todo el producto. Mientras más pequeño el rastro, mayor es el grado de concentración (por ejemplo, en la ciudad de Monterrey hay 10 introductores pero sólo uno de ellos controla el 60% del ganado que allí se beneficia; algo similar ocurre en los rastros del Estado de México y que también abastecen al área metropolitana).

Además de los anteriores, operan también introductores-comisionistas o consignatarios de ganado en pie. Reciben el ganado en consignación, especialmente de pequeños productores, obteniendo una comisión o porcentaje sobre el precio de venta. En conjunto estos intermediarios comercializan alrededor de un sexto del total del ganado.

Con fecha más reciente han comenzado a operar las Uniones Regionales Ganaderas, que acopian y transportan al rastro el ganado de sus asociados y en algunos casos sacrifican directamente en las zonas de producción.

Uno de los aspectos resaltantes en esta fase de la cadena de comercialización es la carencia casi total de ferias de ganado, donde se subasten los animales con participación directa de productores y compradores. Tal carencia permite el florecimiento de los numerosos intermediarios que se han descrito y que son los que se llevan la parte principal de las utilidades de este comercio (se estimaba en 1979 que los intermediarios se adjudicaban el 53% de las utilidades producidas por la venta de un novillo listo para el beneficio, mientras que los productores recibían el 47% restante). Tampoco existe la práctica de pesar los animales, los cuales se venden "a ojo", lo que aumenta los márgenes de los intermediarios, que abusan en las estimaciones de peso y rendimiento.

En la fase de industrialización del ganado hay que distinguir entre dos tipos de plantas: los rastro o mataderos municipales y las plantas denominadas "Tipo Inspección Federal" (TIF). En estas últimas la matanza se hace para la distribución de la carne en forma de canales y cortes preparados, para el consumo interno (especialmente cadenas de supermercados) y para la exportación. La vinculación entre los agentes es de dos tipos, según sea la propiedad de la planta. Si ella es de los ganaderos organizados, se establece una relación directa entre producción primaria y transformación industrial, existiendo sólo un comisionista que, operando por cuenta de

/la planta,

la planta, concentra lotes dispersos de muchos pequeños productores (no asociados a la propiedad de la planta). Si la planta pertenece a un industrial, los intermediarios actúan de manera más intensa, constituyendo el vínculo entre ganaderos y planta, controlando así la oferta de ganado y los precios del mismo. Cabe señalar, en este sentido, que un solo grupo, vinculado a un poderoso complejo industrial-financiero, controla alrededor del 50% de todo el volumen procesado en plantas TIF y una proporción semejante de la exportación de carne deshuesada.

En comparación con las 41 plantas TIF que hay en el país, operan alrededor de 1 300 rastros municipales, de los cuales unos 30 se destinan a abastecer las grandes ciudades. Los rastros grandes son por lo general de operación compleja, en la cual intervienen numerosos agentes. Como se dijo, el más importante de ellos es el rastro de Ferrería, ubicado en el Distrito Federal, que tiene capacidad, en un turno de ocho horas, para el beneficio de casi 2 000 reses, 6 000 cerdos, 75 000 aves y 6 000 ovicaprinos, aunque en la actualidad ocupa un porcentaje relativamente pequeño de esa capacidad. 28/

Abastecimiento de carne de res al Area Metropolitana. El volumen total de carne de res que llega al área metropolitana es de unas 290 000 a 300 000 toneladas anuales; parte de ella llega como ganado en pie para su beneficio en Ferrería y otros rastros (en total unas 900 000 cabezas) y parte como carne en canal, de animales beneficiados en las zonas de producción (unas 800 000 unidades). Considerando un rendimiento en carne de alrededor de 170 kg por cabeza o canal, se alcanza la mencionada cifra de 290 000-300 000 toneladas que representa casi la mitad de toda la carne de res que se consume en el país (alrededor de 600 000 toneladas en 1979).

La mayor parte del ganado en pie se beneficia en el rastro de Ferrería, operado por la sociedad Industrial de Abastos (IDA), de propiedad del Departamento del Distrito Federal. Allí operan, como se dijo, unos 80 introductores, de los cuales 15 son muy importantes. En cuanto a la carne en canal, ella proviene en su mayor parte de una zona que abarca Tabasco, norte de Chiapas y sur de Veracruz; otra parte viene del Estado de México. La carne llega consignada principalmente a las cadenas de supermercados (80%) y a las bodegas de comerciantes mayoristas (20%), quienes deben comprar como mínimo un camión completo. Estos venden a su vez a las carnicerías por reses enteras o medias reses.

La carne en canal proviene en su mayor parte del rastro de la Asociación de Ganaderos; el 80% de las reses beneficiadas allí corresponden a ganado de la propia Asociación y el resto lo adquiere a "coyotes" quienes, como se indicó anteriormente, compran a pequeños productores ganado que esté listo para el beneficio.

/En lo que

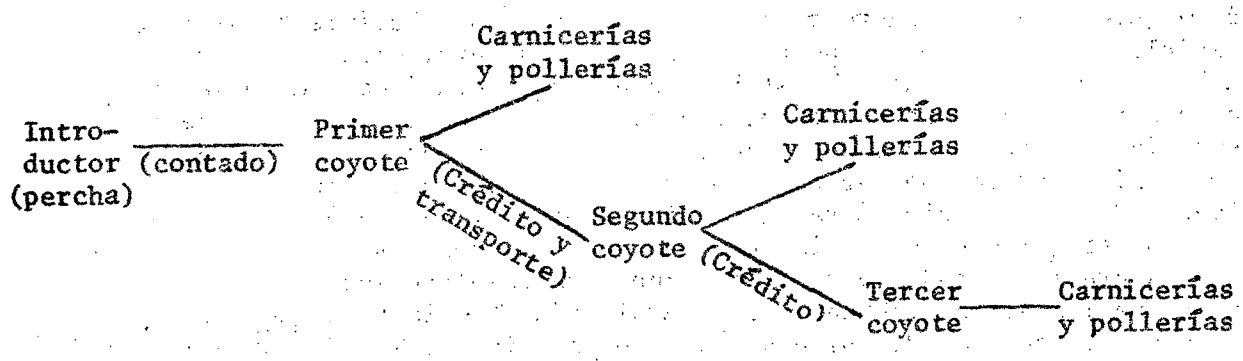
En lo que se refiere al rastro de Ferrería, el 70% del ganado que allí se faena es de propiedad de BANRURAL, el Banco de Crédito Rural del Estado. La carne resultante de estos animales se entrega a tres organismos públicos para su venta a comerciantes detallistas o al público. Se trata de DICONSA Metropolitana, IDA e IMPECSA (Impulsora del Pequeño Comercio, S.A.). La primera vende el producto en sus tiendas directamente al público (véase la sección correspondiente a CONASUPO); por su parte, IDA e IMPECSA tienen contratos de abastecimiento con carnicerías afiliadas a quienes venden entre media y una res por establecimiento al precio oficial. El resto de las necesidades de tales carnicerías, y el total de las mismas para aquellos establecimientos no afiliados, debe ser cubierta por compras en el mercado libre, constituido por el 30% de la carne de Ferrería y la de los demás rastros. Se estima que no más de un 15% de las carnicerías recibe carne a precio oficial, lo cual demuestra que la capacidad de regulación estatal es bien limitada. Sin embargo, en las tiendas estatales y las de las cadenas de autoservicios privadas se respetan los precios fijados por el Gobierno, que resultan ser bastante más bajos que los que se cobran en las carnicerías. A la fecha de preparación de este estudio (mes de julio de 1982) el precio oficial de la carne de res en canal era de 90 pesos por kilogramo y el precio "libre" era de unos 105 pesos. Para las cuotas recibidas a precio oficial, los carniceros tienen obligación de vender al detalle a precios que no superen los 180 pesos para las carnes finas (excepto filete, que es más caro) y 90 pesos para el retazo con hueso. Es decir, las proporciones con respecto al precio en canal debían ser de 2 a 1 y de 1 a 1, respectivamente, lo cual arrojaba un margen bruto teórico del 25% para el carnicero. Pero en la práctica dichos precios no se respetan (excepto en los sitios mencionados), puesto que los detallistas deben completar sus existencias con canales más caros adquiridos en el mercado libre. Tal incumplimiento, sin embargo, suele ir mucho más allá de la simple diferencia entre el precio oficial y el precio libre: si se aplicaran estrictamente ambos precios a las proporciones compradas a uno y otro nivel (que para un grupo de carnicerías representan mitad y mitad), el precio de las carnes finas no debería ser superior a 200 pesos por kilogramo en las carnicerías afiliadas o de 210 a 220 pesos en aquellas que deben comprar toda su carne en el mercado libre. Pero los precios al detalle en la realidad superan los 270 o 280 pesos por kg, lo que les significa cuadruplicar el margen bruto de ganancia. 29/

ii) Carne de aves. Para esta carne no existe un precio oficial, pero en general se mantiene una relación canal-detalle parecida a la de la res: 1 a 2 cuando se vende el pollo entero y 1 a 3 cuando se vende por piezas. Dado que la mayor parte de la producción avícola se obtiene en granjas de gran tamaño, muchas de las cuales tienen rastro propio, aquí se encuentra menos intermediación que en el caso de la res.

En el Distrito Federal las cadenas de autoservicio privadas y del Estado abastecen, en conjunto, un cuarto del consumo de carne de pollo; el 75% restante es operado por detallistas ubicados principalmente en los mercados públicos, quienes compran en el rastro de Ferrería, "en percha" y luego fijan los precios al detalle aplicando las proporciones mencionadas al precio de costo y variándolo según las fluctuaciones de la demanda final.

/No obstante

No obstante la menor intermediación que se ha señalado, hay de todos modos un coyotaje de naturaleza financiera que tiende a encarecer el precio final del ave. Dado que el comprador en la "percha" debe pagar al contado y disponer de transporte, muchas pollerías (y también carnicerías para la carne de res) deben recurrir a un segundo y hasta a un tercer intermediario o coyote, quienes proporcionan el servicio correspondiente. La cadena a partir del rastro es como sigue:



Se estima que la diferencia de precio por el coyotaje financiero alcanza a un 15% aproximadamente en el ave y 10% en las reses.

iii) Huevo. Se maneja en grandes volúmenes, ya que tiene un precio oficial que deja un margen de ganancia relativamente pequeño (5% a 7%), lo que no admite mayor intermediación. De las grandes granjas productoras va a las cadenas de supermercados, canal donde se vende al menudeo la mayor parte del huevo consumido en el área metropolitana. En las zonas más pobres y alejadas, donde los supermercados privados tienen poca presencia, el abastecimiento se realiza por medio de los mercados sobre ruedas, tianquis y por las tiendas de la CONASUPO.

iv) Pescado. En la zona oriente colindante con la Merced se localiza el principal mercado mayorista de pescado y marisco que abastece el área metropolitana. Se le conoce con el nombre de la Viga, por estar los comercios ubicados frente a la avenida del mismo nombre. Allí hay 62 locales dedicados a la venta al mayoreo y 14 que lo hacen exclusivamente al menudeo. Además,en una zona aledaña a la Viga se encuentran otros 32 expendios para la venta al mayoreo y medio-mayoreo.

El proceso de comercialización de los productos del mar opera de la siguiente manera: los productores de las distintas categorías (cooperativas de pescadores, por lo general artesanales; empresas públicas de pesca y empresas privadas) venden en la Viga tanto a los comerciantes mayoristas o bodegueros allí instalados como a los compradores de los supermercados, mercados públicos y, en menor escala, de los mercados sobre ruedas. Los precios varían mucho según el volumen de la oferta y también con las cantidades adquiridas por cada comprador. En términos generales, el primer intermediario compra a 1 y vende a 1.25 a los supermercados y a 2 a los comerciantes más pequeños. Se advierte, pues, la ventaja que tienen los supermercados sobre las pescaderías de barrio. Por su parte, DICOMESA vende pescado fresco en muy pocas de sus tiendas, predominando en cambio la venta de pescado congelado y procesado. Las informaciones recibidas

/en el curso

en el curso de la presente investigación indican que los servicios oficiales de pesca son deficientes y que su aporte a la oferta total es mucho menor de lo que la capacidad teórica de captura de su flota le permitiría. Ello significa que, especialmente en determinadas épocas del año, se produce una gran especulación con estos productos.

Son muy pocos los expendios mayoristas ubicados en la Viga que cuentan con frigorífico, dependiendo la mayoría de hieleras tradicionales para la conservación de pescados y mariscos (de los 94 establecimientos de mayoreo y medio-mayoreo sólo cinco cuentan con instalaciones frigoríficas).

v) Leche. El consumo de leche de vaca es de cerca de 9 000 millones de litros por año en todo el país; de ellos, entre 7 500 y 8 000 millones provienen de la producción nacional y el resto debe ser importado. Alrededor del 20% del consumo total corresponde al área metropolitana de la ciudad de México. Según datos para 1980, el 64% de la leche producida en el país se vende en estado fluido y el resto corresponde a la leche industrializada en diversas formas y a derivados lácteos. La leche importada, controlada totalmente por el sistema CONASUPO se trae en forma de polvo y en su mayor parte es reconstituida por LICONSA, una filial de la CONASUPO, y vendida al público en forma líquida. El cuadro 22 proporciona un desglose del destino y utilización de la leche de vaca producida en México en 1980.

A pesar de que el inventario ganadero en México es alto, sólo una pequeña proporción corresponde a ganado lechero especializado. El resto del hato ganadero es de doble propósito o ganado criollo con muy bajos rendimientos de leche. A la vez, existe un gran número de pequeños productores, dispersos, que cuentan con pocas cabezas de ganado y que individualmente producen cantidades de leche muy pequeñas. Muchos de ellos, así como los productores medianos, se han unido en cooperativas y sociedades de producción a fin de mejorar su participación en el mercado lechero.

En términos muy esquemáticos, el proceso de comercialización de la leche se desarrolla así: por lo general, la recolección es practicada por intermediarios (denominados recolectores) que disponen de medios de transporte y que, en no pocos casos, son también productores. Posteriormente la leche puede ser elaborada --en todo o en parte-- por el propio recolector, o ser entregada en la planta industrializadora y/o pasteurizadora, o ser vendida a un pequeño fabricante artesanal de derivados lácteos.

En algunas zonas los productores se encuentran organizados en sociedades de mayor envergadura, que poseen sus propias plantas. En tales casos la recolección es realizada por las plantas mismas. Cuatro son las sociedades principales, y en conjunto representan casi la mitad de la leche pasteurizada producida en el país. Por su parte, los productores no integrados venden la leche por medio de recolectores intermediarios, recolectores industriales o bien en forma directa (leche bronca, sin pasteurizar).

/Cuadro 22

Cuadro 22

DESTINO DE LA PRODUCCION DE LECHE DE VACA, 1980

(Millones de litros)

	Cantidad	Porcentajes
Total	8 076	100.0
Industrialización	1 748	25.9
Leche procesada (reconstituida)	413	
Leche evaporada	16	
Leche condensada	118	
Leche en polvo entera	172	
Leche en polvo descremada	6	
Leche dietética	101	
Derivados	1 335	19.8
Quesos	861	
Mantequilla	273	
Cremas	140	
Otros	61	
Leche pasteurizada	1 507	22.4
Leche bronca (sin pasteurizar)	3 486	51.7

/Los canales

Los canales de distribución de la leche son básicamente cuatro:

Leche bronca:

i) Productor-consumidor, o bien
ii) Productor-intermediario-distribuidor-consumidor;

Leche pasteurizada e industrializada:

iii) Productor-recolector-planta-distribuidor-consumidor

Derivados lácteos:

iv) Productor-intermediario-industria-distribuidor-consumidor

Como puede verse, en general hay menos intermediarios que para otros productos perecederos.

En el cuadro 22 se pudo apreciar que dos tercios de la leche fluida se consume sin pasteurizar; ello se debe en parte a la falta de capacidad industrial de pasteurización y en parte a que la leche pasteurizada está sujeta a control de precios. En general puede afirmarse que la capacidad industrial de elaboración de productos lácteos de consumo generalizado es más bien pequeña y en su mayor parte de propiedad de empresas transnacionales,(Nestlé, Carnation y algunas más). La única empresa nacional que opera en este campo es LICONSA, que produce diversos tipos de leche industrializada y derivados lácteos.

El sector público desempeña un papel importante en la distribución de leche, no sólo por la acción de LICONSA, sino también por la participación de las tiendas de venta al menudeo de DICONSA, la distribución al comercio que realiza IMPECSA, los programas de distribución de pastillas de leche a escolares que lleva a cabo el Departamento de Integración de la Familia (DIF), las ventas que se realizan en otras tiendas del sector público (Seguro Social, Fuerzas Armadas, etc.), en sindicatos y cooperativas, y la repartición de este vital producto en hospitales, cuarteles y otras instituciones del Estado.

Por su importancia cabe destacar la labor que desarrolla LICONSA. Las primeras operaciones en materia de productos lácteos se llevan a cabo en 1953 por CEIMSA, la empresa antecesora de la CONASUPO, con la rehidratación de 60 000 litros diarios de leche. Transformaciones sucesivas desembocaron en 1963 en el establecimiento de la Compañía Rehidratadora de Leche CONASUPO, S.A., la que en 1972 tomó su actual nombre de Leche Industrializada CONASUPO, S.A. En dicha fecha se modificaron los estatutos de la empresa de modo que pudiera pasar de la rehidratación a una operación más completa en el campo de los lácteos.

Los objetivos principales de LICONSA son: a) asegurar la posibilidad de consumo de leche a la población de escasos recursos, especialmente a los niños; b) regular el mercado de los productos lácteos industrializados,y c) fomentar la producción de leche para alcanzar la autosuficiencia

/nacional.

nacional. A fin de cumplir con estos objetivos LICONSA desarrolla diversos programas. Uno de ellos es el Programa de Abasto Social, destinado a familias de escasos recursos. Los productos que componen este Programa son la leche reconstituida, de la cual sólo en el área metropolitana se colocan alrededor de un millón de litros diarios, a un precio que es apenas un tercio del precio oficial de la leche pasteurizada, por intermedio de sus 450 lecherías, ubicadas todas ellas en sectores populares, 30/ las tabletas a base de leche y las raciones de leche ultrapasteurizada de alto contenido proteínico para el programa de desayunos escolares del DIF.

El Programa de Abasto y Regulación de Mercados está compuesto por productos industrializados: leches ultrapasteurizadas concentradas y evaporadas, leche evaporada en lata y leche en polvo para niños, entera instantanizada y descremada en sobres.

Las lecherías de LICONSA venden también diversos productos alimenticios básicos, a precios del sistema comercial CONASUPO, lo que permite a la empresa hacer un uso más intensivo de sus locales, a la vez que ampliar la red comercial del Estado en sectores de población de bajos ingresos.

El programa de fomento de la producción de leche, aunque de gran importancia e interés, no se describirá aquí por escapar a los objetivos del presente trabajo.

En lo que se refiere al abasto al área metropolitana, LICONSA contribuye con más de la cuarta parte, constituida por cerca de un millón de litros diarios de leche reconstituida, unos 130 000 litros diarios de leche pasteurizada, y alrededor de 250 000 litros en forma de leche industrializada (en polvo, tanto para la alimentación infantil como para consumo generalizado, concentrada y evaporada) para cuya producción LICONSA cuenta con las plantas procesadoras apropiadas.

Entre 1976 y 1981 las ventas de leche LICONSA aumentaron a más del doble, al pasar de 328 a 752 millones de litros por año. En el cuadro 23 se presentan las cifras para ambos años desglosadas por tipos de leche.

Se estima que en la actualidad unas 670 000 familias se benefician con el programa de LICONSA, de las cuales 600 000 están en el área metropolitana de la ciudad de México y el resto en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y Oaxaca. En estas últimas ciudades los programas son de muy reciente implantación (1980-1981).

4. Principales canales privados de distribución minorista

Dentro de los grupos considerados por los Censos Comerciales, puden identificarse los siguientes canales principales de distribución de alimentos al menudeo controlados por el sector privado (los correspondientes al sector público se examinan en el punto 5):

/Cuadro 23

Cuadro 23

LICONSA: VENTAS DE LECHE POR PROGRAMAS

(Millones de litros)

Programa	1976	1981
Total	328.2	752.0
Leche reconstituida	271.5	371.0
Descremada en sobres	-	78.0
Leche evaporada	32.0	149.7
Ultrapasteurizada	-	32.0
Leche maternizada	12.9	56.8
Pastillas de leche	5.5	25.9
Raciones de leche UHT-DIF	-	0.2
Leche pasteurizada	2.0	30.0
Complementos lácteos	1.6	1.5
Saborizantes	2.6	6.9

Fuente: LICONSA.

/a) Pequeño

a) Pequeño comercio de abarrotes y rubros diversos;
b) Mercados públicos;
c) Tianguis;
d) Concentraciones;
e) Mercados sobre ruedas;
f) Tiendas de autoservicio o supermercados, y
g) Vendedores ambulantes.

A continuación se presenta una somera descripción de cómo operan estos diversos canales y cuáles son sus características esenciales. Algunos elementos ya se adelantaron en el punto precedente sobre el comercio mayorista.

a) Comercio de abarrotes y rubros diversos

Está constituido por las clásicas tiendas pequeñas de barrio, con mostrador, atendidas casi siempre por personal familiar no remunerado. Se caracteriza por lo reducido del volumen de sus operaciones, el menguado tamaño de sus locales y la escasa variedad de mercancías que ofrecen.

Las tiendas de abarrotes se pueden agrupar en tres tipos según su nivel de desarrollo: los tendajones simples, las misceláneas y los pequeños autoservicios. Los tendajones y las misceláneas --que constituyen la mayoría-- son tiendas de mostrador, mientras que las abarroteras más modernas se han constituido como pequeñas tiendas de autoservicio (con el decidido apoyo de IMPECSA: véase la sección correspondiente dentro del punto 5 que sigue). Los tendajones simples desarrollan su actividad en un espacio pequeño equipado con muebles de madera. Las misceláneas suelen ser algo más grandes; tienen vitrina y refrigeradores comerciales así como equipo para cortar y pesar carnes frías. Frecuentemente tienen teléfono y una nevera con helados, refrescos y a veces cerveza, lo que atrae clientela y las convierte en sitios de reunión y esparcimiento. Por su parte, las pequeñas tiendas de autoservicio son de un tamaño similar al de las misceláneas, pero por su estructura diferente tienen además pasillos, góndolas, una caja registradora y a veces carritos de autoservicio.

Las tiendas de abarrotes se especializan en productos alimenticios manufacturados y productos para el hogar, pero las misceláneas y pequeños autoservicios venden asimismo víveres perecederos como leche, huevo y carnes frías (jamón, etc.). Los tendajones en cambio tienden a especializarse: venden sólo productos industrializados o frutas y verduras.

Dentro del ramo de abarrotes hay un grupo de establecimientos mayores que no comparten enteramente las características descritas, válidas para el 90% de tales establecimientos, los cuales controlan apenas el 30% de las ventas de este canal. En el restante 10% cabe distinguir entre un puñado de empresas grandes, el 0.1% de los establecimientos, que controla alrededor de la mitad de las ventas, y aquellas de tamaño medio que controlan el 22% de las operaciones de este grupo distributivo.

/Para una

Para una buena parte de los comerciantes realmente pequeños esta actividad representa un refugio contra el desempleo, ya que apenas pueden subsistir en condiciones miserables. En muchas ocasiones constituye una forma de adicionar algún ingreso al obtenido en otras ocupaciones. 31/ De otra parte, como carecen de crédito regular y generalmente se aprovisionan donde intermediarios de segunda o tercera línea y no en fuentes primarias de distribución mayorista, deben pagar precios más elevados por lo que compran y, por lo tanto, también deben cobrar precios mucho más altos que los que se encuentran en tiendas más grandes. Como ocurre que estas tiendecitas están ubicadas de preferencia en las zonas populares de población de menores ingresos, resulta que son los pobres los que pagan precios más subidos por los alimentos que compran, disminuyendo así todavía más su exiguo poder adquisitivo.

Según resultados de estudios realizados a nivel nacional —pero totalmente aplicables al área metropolitana— la población que se encuentra en los tres primeros deciles de ingreso realizaba un 40% de sus compras de alimentos en establecimientos pequeños, mientras que para los grupos de altos ingresos esa proporción era de alrededor de 16% solamente; a la inversa, los primeros sólo adquirían poco más del 1% de sus provisiones en supermercados, mientras que para las familias más adineradas ese porcentaje era de alrededor de 25%.

Los motivos que inducen a la población de menores ingresos a comprar en el pequeño comercio, a pesar del mayor precio, son varios: en primer lugar está la cercanía a sus hogares, lo que es explicable por el exceso de actividades domésticas de las mujeres y sus muchos niños que atender; 32/ en segundo término, porque los pequeños comerciantes desempeñan un papel de despensa familiar cotidiana, ya que los grupos de ingreso bajo sólo pueden comprar pequeñas cantidades de cada producto a la vez. Se establece una intensa relación social entre el comerciante y el cliente, y se usan diversos mecanismos de crédito informal, como el fiar, anotar en libreta y pagar a fin de mes, etc.

b) Mercados públicos

Constituyen un importante canal de distribución, especialmente de frutas y verduras, tanto a nivel nacional como en el área metropolitana. Hay alrededor de 900 en todo el país, de los cuales unos 350 están localizados en el área metropolitana (250 en el D.F. y alrededor de 100 en el Estado de México). Estos mercados se ubican en edificios cerrados y se encuentran subdivididos en numerosos locales dedicados al expendio de una gran variedad de mercancías. En la ciudad de México hay poco más de 70 000 locatarios de mercados públicos, cuya distribución por rubros de venta se describe en el cuadro 24.

/Cuadro 24

Cuadro 24

ESPECIALIDAD DE LOS LOCATARIOS DE MERCADOS PUBLICOS EN LA CIUDAD DE MEXICO

Rubro	Número	Porcentajes del total
Total	70 596	100.0
Frutas y legumbres	44 975	64.0
Abarrotes	7 343	10.0
Pollerías	4 571	6.0
Chiles secos y especialidades	3 260	5.0
Pescado	3 198	5.0
Fondas	6 224	9.0
Cremerías	1 025	1.0

Fuente: Bufete de Análisis Socioeconómicos, 1979. Estudio realizado para CODEUR.

Nota: Llaman la atención algunas omisiones importantes en el rubro estrictamente alimentario, como las carnicerías. Debe señalarse también que en estos mercados hay numerosos locales destinados a la venta de flores, artículos para el hogar, calzado, ropa y otros diversos rubros.

/La importancia

La importancia del rubro frutas y hortalizas en las operaciones de los mercados públicos la da no solamente el elevado número de locatarios dedicados a su venta, sino también el hecho de que una cuarta parte del total de frutas y hortalizas que se comercializa al menudeo en el Distrito Federal (equivalente a unas 700 000 toneladas por año) pasa por este canal.

El tamaño y número de locatarios de cada mercado público varía según la densidad demográfica del sector donde se encuentran ubicados, pero también hay otros factores que influyen. Así, el mayor de todos es el de la Merced, adscrito al mercado mayorista que se describió en una sección anterior. Debido a su vecindad al centro principal de abasto, se registran allí economías importantes de transporte y manipulación, lo que redunda en menores precios de los productos, lo que atrae numerosa clientela (aparte de la constituida por aquellos vinculados con la operación mayorista de este centro).

La mayor parte de los mercados públicos del área metropolitana es de construcción relativamente reciente. Entre mediados de los años cincuenta y comienzos de los setentas se construyeron 165 unidades en el D.F. solamente, lo que representa dos terceras partes del número total existente en la actualidad.

Los locatarios de los mercados públicos se abastecen principalmente en los centros mayoristas de la Merced y Jamaica, así como en el centro pesquero de la Viga y en las bodegas mayoristas de pollo que se encuentran en las vecindades de la Central de Abastos de la Merced. La mayor parte de los minoristas acude con una frecuencia diaria o casi diaria (cinco veces por semana) a dichos centros de abasto, debido a las dificultades de conservación de estos productos y la falta de instalaciones apropiadas y espacio suficiente en sus pequeños locales. Debido al escaso volumen de sus ventas individuales, los locatarios de mercados públicos suelen asociarse para hacer sus compras en común o para obtener financiamiento. Aun cuando el Estado creó en 1941 un Banco para el Pequeño Comercio (BANPECO), no todos los locatarios logran acceder a sus servicios, y por ello recurren al crédito usurario de agiotistas, que por lo general son comerciantes mayoristas de los mismos productos. 33/

A diferencia de los mercados temporales (tianguis, mercados sobre ruedas), los mercados públicos funcionan durante los siete días de la semana.

c) Tianguis

Son mercados al aire libre, semanarios, que van rotando de un barrio (colonia) a otro. Las rutas son fijas, generalmente una calle, autorizadas por el gobierno local. Un tianguis recorre entre 4 y 7 sitios a la semana. Los vendedores levantan sus puestos, consistentes en mesas de madera con toldo, y con báscula si se trata de productos perecederos que se venden por peso. El número de puestos varía mucho de un tianguis a otro, desde unos pocos hasta 200 o más. 34/

/Los tianguis

Los tianguis tienen un origen pre-hispánico, aunque sus características actuales (color de los toldos, organización de las rutas, etc.) datan de la década de los sesenta. Aparte de los productos alimenticios, principalmente frutas y legumbres (de las cuales se comercializan unas 400 000 toneladas en el D.F. solamente), en los tianguis se encuentra toda clase de objetos, incluyendo baratijas, objetos usados, libros viejos, etc. Son famosos los tianguis del día domingo en algunos puntos del D.F., como el adyacente al Mercado de la Lagunilla, que se compara al Mercado de las Pulgas de París.

En el área metropolitana operan casi 600 tianguis, con un total de 55 000 locatarios, aproximadamente.

d) Concentraciones

Llamadas también "mercaditos", son hileras de puestos fijos de madera o concreto que se ubican en un terreno baldío o en una calle, y que venden fundamentalmente legumbres y frutas frescas. A diferencia de los mercados públicos, estas construcciones no ofrecen mucha resistencia al medio y suelen inundarse cuando llueve. El número de locatarios varía: por ejemplo, en la Delegación de Coyoacán fluctúa entre 30 y poco más de 100.

La concentración constituye una forma de organización mercantil que se encuentra casi exclusivamente en el área metropolitana, y que constituye una especie de transición entre el tianguis y el mercado público. La aspiración de sus locatarios es la de convertirlas en mercados públicos, que ofrecen mayores ventajas, y en algunos casos así ha sucedido; pero hay muchas concentraciones --alrededor de 220-- con casi 18 000 oferentes o locatarios, de manera que es poco probalbe que ello ocurra en gran escala.

En los mercados públicos, tianguis y concentraciones el Estado no interviene para nada en la fijación deprecios; de allí es que resulten ser más caros que otros canales, como los mercados sobre ruedas.

e) Mercados sobre ruedas (MSR)

Se crearon en fecha reciente, 1969, con el propósito principal de conectar directamente a los productores y consumidores y abaratar así el costo de los alimentos. Se encuentran bajo el control de la Secretaría de Comercio, que otorga a los comerciantes de este tipo de mercados móviles --denominados "oferentes"-- diversas franquicias.

Los mercados sobre ruedas son también mercados semanarios, que funcionan en sitios rotativos que varían según el día de la semana. Los oferentes o puesteros se agrupan bajo determinadas rutas o uniones, al igual que los tianguis, pero con una mayor organización. En cada una de las rutas existe un coordinador o jefe de la misma, auxiliado por inspectores que se encargan de hacer cumplir los reglamentos. Su función

/principal

principal consiste en fijar los precios de venta al público; cada jefe de ruta fija, temprano en la mañana, los precios para una gran cantidad de artículos. Debido a que no hay información centralizada que se comunique a cada una de las rutas, se producen variaciones de una a otra, pero, en general, los precios en los MSR tienden a ser más bajos que en los otros canales.

Los principales artículos que se venden en los MSR son frutas y legumbres, carnes rojas, aves, huevo, pescados y mariscos, semillas y granos, así como una gran variedad de ropas, alfarería, etc.

En el área metropolitana existen 10 rutas o uniones que tocan 75 puntos de venta en el transcurso de la semana y que agrupan a 1 650 oferentes. Los MSR sufren el mismo grado de desprotección frente a las inclemencias del tiempo que los tianguis, aun cuando, debido a la protección y control de la Secretaría de Comercio, son más organizados que éstos, el personal que atiende los puestos usa una bata o un uniforme de trabajo y gorro, y los precios se anuncian en una pizarra. En muchas de las rutas los tianguis se ubican en el controno de los MSR y no sería fácil distinguir unos de otros si no fuera por el color de los toldos que es diferente para los dos tipos de mercado.

La idea original de que los MSR albergaran a pequeños productores para que vendieran directamente su producción de frutas y legumbres no prosperó mayormente. En la práctica los locatarios se abastecen fundamentalmente en la Central de Abastos de la Merced, y canalizan un volumen anual estimado en alrededor de 250 000 toneladas de frutas y legumbres.

f) Tiendas de autoservicios o supermercados

Como se señaló, en un apartado anterior, las cadenas privadas de supermercados o tiendas de autoservicio se han desarrollado en México con una gran celeridad. Empezaron a constituirse hace unos 25 años y desde entonces han alcanzado gran envergadura, representando ya en 1975 más de un tercio de todas las ventas del sector comercial alimentario. El enorme volumen de sus operaciones les permite disponer de un gran poder de negociación frente a los proveedores, lo que, junto con aumentar sus ganancias, les posibilita vender a precios más bajos que los establecimientos pequeños. Al mismo tiempo, como comercializan una variedad muy grande de artículos, pueden combinar diversos márgenes de utilidad y competir exitosamente en el mercado. Asimismo, debido a su gran capacidad de generación de utilidades y al hecho de que sus propietarios están estrechamente vinculados con el sector bancario y comercial, estas cadenas disponen de un financiamiento muy amplio para sus operaciones, lo que no ocurre con buena parte del pequeño comercio.

/Los supermercados

Los supermercados se instalan de preferencia en zonas de población de ingresos medios y altos; como tienen personal especializado, instalaciones muy limpias y espaciosas, variedad de mercancías, atención eficiente y precios moderados, no resulta extraño que hayan desplazado a muchos establecimientos pequeños de las preferencias de los consumidores de esas zonas. A todo ello hay que agregar que las técnicas de publicidad y promoción de ventas que emplean influyen de modo importante sobre la conducta del consumidor, quien tiende a comprar más de aquello que necesita o artículos que no necesita, engrosando así todavía más las ventas de tales empresas.

Cinco grandes cadenas privadas de autoservicios se disputan con las del Estado (y el resto del comercio) la participación en el mercado al menudeo. La más poderosa de ellas --Aurrerá-- con 47 almacenes en el área metropolitana y otras ciudades importantes (es una compañía de capital mixto mexicano-estadounidense) en la cual la Jewel Company de Chicago posee cerca de la mitad de las acciones). En su parte nacional está vinculada al Grupo Financiero Bancomer. Las otras cuatro cadenas son de capital enteramente nacional y vinculadas a otros grupos bancarios y financieros. 35/

g) Vendedores ambulantes

No existe información muy precisa sobre este tipo de intermediarios, quienes ejercen sus funciones principalmente en las vecindades o en el interior de grandes mercados, como el de la Merced, así como también en las zonas periféricas y marginales del área metropolitana. Son personas muy pobres, que ofrecen sus bienes sea de puerta en puerta o en un sitio fijo o semi-fijo en la acera. Como todo equipo, cuentan con un canasto o una caja de madera, y un plástico que colocan en el suelo donde se acomodan. Muchos de estos ambulantes trabajan sin permiso municipal y es frecuente que se les decomise la mercadería. El volumen de sus ventas es muy pequeño; esta ocupación tiende a desaparecer en algunas partes de la ciudad, aun cuando constituye un refugio para los muchos miles de desempleados que no tienen otra fuente de ingreso. Según un estudio sobre los mercados de la ciudad de México realizado por D. López Rosado con los auspicios de la SECOM, sólo en el Centro de Abastos de la Merced habría unos 25 000 vendedores ambulantes (cifra que al autor le parece exagerada).

5. El papel del Estado en la distribución de alimentos

La participación del Estado en México en todas las fases de la cadena alimentaria es muy activa, y probablemente bastante mayor que la que se suele encontrar en países del Tercer Mundo de economía de mercado o economía mixta. Dicha acción se manifiesta desde la fase de producción primaria, privada y ejidal, hasta aquella del consumo y la nutrición, pasando naturalmente por las de transformación industrial y comercialización mayorista y minorista. En esta sección nos preocuparemos principalmente de aquellas

/acciones

acciones estatales más directamente ligadas con la comercialización y abasto, referidas cuando ha sido posible a las que tienen que ver con la ciudad de México. De partida hay que señalar que no resulta fácil establecer tal distinción, excepto en lo referente a la nueva Central de Abastos de la capital y a la labor de algunas de las filiales de la CONASUPO. La mayor parte de las políticas son de carácter nacional, así como lo son las actividades de las instituciones públicas que operan en este campo. Pero, aun así, resulta interesante y necesario tratar de comprender el funcionamiento del vasto complejo institucional del Estado, aun cuando no esté referido específica o exclusivamente al conglomerado metropolitano.

El organismo que hace de cabeza en la fase de comercio de los alimentos es la Secretaría de Comercio (SECOM), que está formada por tres subsecretarías: Comercio Exterior, Comercio Interior y Regulación y Abasto, de las cuales dependen diversas Direcciones Generales. Cada una de éstas atiende aspectos específicos de la formulación y conducción de la política comercial del país, así como de la emisión de normas, medidas de apoyo y promoción del Programa de Defensa de la Economía Popular (PRODEP), que constituye uno de los programas más importantes de esta Secretaría de Estado. Entre tales Direcciones Generales se pueden mencionar las siguientes:

- La Dirección General de Productos Básicos, que proporciona las normas para la acción operativa de los sectores público y privado;
- La Dirección General de Infraestructura y Servicios Comerciales;
- La Dirección General de Coordinación Comercial;
- La Dirección General de Servicios de Comercio Rural;
- La Dirección General de Desarrollo del Comercio Interior;
- La Dirección General de Normas Comerciales;
- La Dirección General de Precios;
- La Dirección General de Delegaciones Federales, y
- La Dirección General de Protección al Consumidor.

Además, con un carácter más amplio, están la Dirección General de Planeación, que se ocupa de la planeación sectorial y coordinación en materia de programación, presupuestos y evaluación de todas las entidades del Sector Comercio, la Dirección General de Organización que se ocupa de cuestiones administrativas, y otras Direcciones encargadas de aspectos relativos al Comercio Exterior. Todas éstas son dependencias directas del aparato central de la Secretaría de Comercio; aparte de ellas, operan una serie de entidades y comisiones que actúan en diversos campos dentro del complejo universo comercial de México y que también dependen de la SECOM.

/En primer

En primer término, por su importancia y magnitud operacional, cabe citar al Sistema CONASUPO y sus filiales; a la Impulsora del Pequeño Comercio (IMPECSA); a la Procuraduría Federal del Consumidor y al Instituto Nacional del Consumidor. También deben citarse la Comisión Nacional de Precios, el Instituto Mexicano de Comercio Exterior (IMCE) y toda la gama de entidades vinculadas con el comercio internacional, así como el Departamento del Distrito Federal, la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, etc., todas ellas tienen que ver con un modo u otro con la producción, transformación, abasto y distribución de alimentos. En este trabajo nos limitaremos a examinar las cuatro entidades citadas en primer término.

a) CONASUPO

Constituye el instrumento operativo más grande y poderoso con que cuenta el Estado mexicano para actuar directamente en el abastecimiento de alimentos y regulación de sus precios, en beneficio tanto de productores como de consumidores.

La acción reguladora oficial comienza en el período presidencial de Lázaro Cárdenas. En 1934 se fundan los Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. (ANDSA), que todavía subsisten como filial de CONASUPO, cuyos propósitos eran regular o atenuar la competencia entre comerciantes e impedir las actividades especulativas. Sus limitadas posibilidades hacen que en 1937 se establezcan dos comités, uno consultivo sobre artículos de consumo esencial y otro regulador del mercado del trigo, los cuales son reemplazados en 1938 por el Comité Regulador del Mercado de Subsistencias, con facultades para intervenir en los mercados del trigo y harina, pan, maíz, arroz, carne y otros productos básicos. Este Comité no tuvo mucho éxito y en 1941 es sustituido por la empresa denominada Nacional Distribuidora y Reguladora, S.A., con los mismos propósitos del organismo anterior pero que tampoco logró operar satisfactoriamente. Después de una serie de intentos poco felices, se establece en 1949 un único organismo regulador de los precios de artículos de primera necesidad, bajo el control exclusivo de la Compañía Exportadora e Importadora Mexicana, S.A. (CEIMSA). A partir de 1953 esta empresa comienza a operar una red de agencias para la compra de maíz y otros granos, a la par que incrementa sustantivamente los precios de garantía pagados a los productores. Entre 1953 y 1958 aumenta la capacidad reguladora de CEIMSA, pero subsisten problemas para que productores medianos y pequeños tengan un acceso adecuado a los precios de garantía.

Con el objeto de superar tales problemas se crea en 1961 la Compañía Nacional de Subsistencias Populares, S.A., conocida por su sigla CONASUPO, S.A., que continúa la labor de CEIMSA en materia de sustentación de precios y compra de productos básicos, regulando fundamentalmente los mercados del maíz, trigo, frijol, arroz y sorgo. El ritmo de actividades crece aceleradamente en los primeros años: de menos de 700 000 toneladas adquiridas en 1959 se pasa a más de dos millones en 1964. En 1965,

/CONASUPO

CONASUPO se transforma de empresa mercantil en un organismo público descentralizado del Gobierno Federal y comienza aquí el proceso de fortalecimiento de las filiales, como la destinada a la rehidratación de la leche, la encargada de la distribución de productos básicos y la que se ocupaba de la industrialización del maíz. Pero es a partir de 1971 cuando comienza la etapa de gran expansión de esta empresa: se establecen numerosos centros de acopio en las zonas rurales, a la vez que se robustecen y descentralizan las empresas filiales de distribución e industrialización de productos alimenticios básicos. En la actualidad CONASUPO cuenta con 16 empresas filiales.

Las tareas vinculadas con la compra de granos básicos en el país, a precios de garantía, así como las operaciones de importación y exportación de los mismos, siguen en manos de la empresa matriz. Las filiales tienen a su cargo tareas específicas de apoyo a la política de producción, abasto, regulación y comercialización de productos básicos. Entre tales filiales cabe destacar las siguientes:

i) Distribuidora CONASUPO, S.A. (DICONSA). Se ocupa de la distribución al menudeo de artículos esenciales para el consumo popular. La red de DICONSA alcanza en la actualidad a cerca de 16 000 tiendas, de las cuales unas 14 000 son rurales, 340 son supermercados ubicados en ciudades y unas 1 500 son tiendas menores urbanas. Desde 1973 funciona de manera descentralizada, con seis empresas regionales, bajo la coordinación de una gerencia común, y que cubren las siguientes zonas del país: área metropolitana, centro, noroeste, norte, sur y sureste.

La Distribuidora CONASUPO Metropolitana, S.A. (DICOMESA) cubre la zona comprendida por el Distrito Federal, el Estado de México y el Estado de Hidalgo, o sea el mercado más importante y competitivo del país. Opera un total de 907 unidades comerciales, de las cuales 316 están ubicadas en áreas urbanas y 591 en zonas rurales. En estas tiendas se venden abarrotes, productos perecederos, artículos para el hogar y muchos otros objetos no alimenticios de consumo popular. Hay varias categorías de tiendas, según su tamaño y variedad de productos ofrecidos: los centros comerciales que ocupan una superficie de más de 5 000 m^2 y manejan alrededor de 7 000 artículos diversos y que, además, cuentan con servicios o establecimientos comerciales complementarios (farmacia, óptica, etc.); los centros CONASUPER A, que son unidades de entre 1 000 y 1 500 m^2, manejan alrededor de 2 500 artículos y pueden considerarse como semi-centros comerciales; los CONASUPER B, más pequeños, con una superficie de aproximadamente 500 m^2 y que manejan unos 1 500 artículos. Estos últimos establecimientos son de dos tipos: los propios, administrados directamente por DICOMESA y los concesionados, que son administrados por particulares bajo contrato de concesión firmado con DICOMESA. Este organismo es dueño del capital de trabajo (mercancías, etc.) y el concesionario se compromete a respetar los precios oficiales. DICOMESA opera también algunas unidades móviles para atender lugares de difícil acceso, especialmente en zonas rurales. Finalmente, DICOMESA abastece a las tiendas de instituciones del Estado, como las del Seguro Social, de las Fuerzas Armadas y muchas otras.

/Junto con

Junto con instalar nuevas tiendas, el tamaño individual de las mismas ha ido aumentado, así como la variedad de los productos ofrecidos. Los CONASUPER A, que en 1977 eran ocho, con un promedio de 400 m^2 por tienda, pasan en 1981 a 56 unidades, con unos 1 300 m^2 en promedio, incluyendo un área de bodega. En 1977 las ventas se limitaban a abarrotes y a algunos perecederos; en la actualidad se expende una gran variedad de productos alimenticios industrializados y artículos no comestibles para el hogar, así como perecederos, incluyendo lácteos, salchichonería, carnes rojas, frutas y verduras. Igualmente, los CONASUPER ampliaron su superficie de 200 m^2 en 1977 a 500 m^2 en la actualidad y adicionaron toda la línea de perecederos a los abarrotes que se vendían tradicionalmente en estas unidades.

Durante los últimos años, junto con aumentar su superficie, los locales se han reubicado para atender mejor las necesidades de los grupos de menores ingresos. Así, mientras en 1977 el 60% de los locales de DICOMESA estaba localizado en barrios de ingreso bajo, en 1981 este porcentaje llegó al 88%. 36/

Los precios de venta en las tiendas de DICONSA suelen ser bastante más bajos que en el comercio privado. Según encuestas a nivel nacional sobre precios de 46 artículos básicos, realizadas en 1980 y 1981, se encontró una diferencia promedio del 17%, que significa un ahorro directo para los consumidores. De acuerdo con informaciones preliminares para los primeros meses de 1982, la diferencia para 15 productos perecederos se había elevado a más del 20%. Es probable que con la agudización del proceso inflacionario que está teniendo lugar en México, el margen de economía ofrecido por las tiendas estatales tienda a aumentar; sin embargo, su cobertura es aún muy reducida. Se estima que DICONSA no representa más del 8% del mercado total del conjunto de productos básicos que vende, y menos del 6% del mercado de todos los bienes de consumo.

ii) Industrias CONASUPO, S.A. (ICONSA), Tiene a su cargo la producción y comercialización de diversos productos básicos. En 1981 produjo 70 000 toneladas de harina de maíz, 190 000 toneladas de harina de trigo, 7 800 toneladas de pastas para sopa, 28 000 de manteca vegetal, 74 000 de aceite comestible, 95 000 de alimentos balanceados y 200 millones de botellas para el envase del aceite. Estos volúmenes le permiten a la CONASUPO ejercer una acción reguladora importante, en especial en el área de los aceites y grasas comestibles.

iii) Leche Industrializada CONASUPO, S.A. (LICONSA). Sus operaciones ya se han examinado en la sección sobre productos lácteos.

/iv) Maíz

iv) Maíz Industrializado CONASUPO, S.A. (MINSA). Opera en el campo de la producción y comercialización de harina y subproductos del maíz. En 1981 manejó un volumen de aproximadamente 300 000 toneladas de las cuales un tercio se comercializó a través de los establecimientos del sector público y el resto fue al sector privado.

v) Fideicomiso Promotora CONASUPO. Desarrolla un amplio programa de producción y comercialización de muy diversos artículos de consumo popular. Entre ellos cabe mencionar la producción de leche pasteurizada y el enfriamiento de leche bronca;37/ la producción de alimentos balanceados para el ganado; la elaboración de fruta enlatada, jugo de naranja, quesos y grasas, carnes frías y embutidos, cobertores de lana, jabón, cajas de madera, sombreros. Tiene a su cargo, también, operaciones de sacrificio de ganado, manejo de frigoríficos y la comercialización de frutas y legumbres. Como se señaló en un acápite anterior, esta filial de la CONASUPO operará el área de subastas de la nueva Central de Abastos de la ciudad de México.

vi) Trigo Industrializado CONASUPO, S.A. Se dedica principalmente a la fabricación de pan para consumo popular. Su producción para 1982 se estima en unos 375 millones de piezas, que se distribuyen a través de la red de establecimientos de DICONSA, LICONSA y otras tiendas estatales.

Este vasto conglomerado de empresas cumple una función de gran significado social, ya que permite mantener un flujo importante de productos básicos a precios regulados. Esta capacidad de regulación del mercado varía naturalmente de un producto a otro. Así, por ejemplo, tiene el control total del trigo que se transforma en harina, pan, galletas, etc.; comercializa el 50% del maíz para tortilla; el 20% de arroz procesado y la totalidad de las oleaginosas para la fabricación y abasto de aceites y grasas comestibles; aporta un tercio del sorgo destinado al desarrollo de la avicultura, porcicultura y ganadería de leche y carne; en productos elaborados, participa en 40% en la producción de harina de maíz, 9% en la de harina de trigo; 6% en la de pastas para sopa, 14% en los de aceites y mantecas vegetales comestibles; 17% en la de leche rehidratada y pasteurizada, 39% en la de leches concentradas y 14% en la de derivados lácteos.

Además, la CONASUPO tiene un programa denominado ALIANZA por el cual ha convenido con empresas privadas y estatales la fabricación de una serie de productos alimenticios elaborados y otros de uso doméstico, a menor costo, que bajo la denominación ALIANZA se venden a los sectores de ingreso más bajo a través de la red comercial del Estado.

/b) IMPECSA

b) Impulsora del Pequeño Comercio, S. A. (IMPECSA)

Organismo creado en 1977 para facilitar la distribución de productos básicos de consumo generalizado a través del pequeño comercio. Es decir, es un instrumento de distribución mayorista y medio mayorista, destinado a atender necesidades de los comerciantes pequeños, para que puedan competir de mejor manera con las cadenas de autoservicios y, al mismo tiempo, mantener los niveles de precio oficiales en la venta al menudeo. Inicialmente fue una dependencia directa de la Secretaría de Comercio, pero ahora es una filial del sistema CONASUPO, con poderes amplios para importar y exportar productos, establecer filiales en el país o en el extranjero, fomentar la producción, etc.

IMPECSA tiene 190 sucursales en todo el país y 35 más en construcción. Cada sucursal tiene sus propias bodegas y equipo de reparto, aunque también alquila transporte; tiene vendedores para rutas específicas, los cuales visitan el comercio de su sector una vez por semana para recabar los pedidos de mercancías. En un comienzo la labor de IMPECSA se limitaba a la distribución de abarrotes y granos básicos como arroz, frijol y lenteja, pero posteriormente se han ido agregando muchos otros, como carnes, artículos para el hogar, etc.

El pequeño comerciante puede comprar en IMPECSA a un precio que en promedio es un 10% inferior al de mayoristas privados. Además, hay una economía en los fletes, ya que las mercancías se entregan a domicilio.

IMPECSA trabaja con dos tipos de programas, el principal corresponde al Programa Nacional de Afiliados, que consta de alrededor de 10 000 miembros, los cuales tienen un abasto preferente, asesoría técnica y apoyo para la obtención de crédito, tanto refaccionario como para aumentar el capital de trabajo. Se pretende que estas tiendas puedan transformarse en pequeños autoservicios. El comerciante, al firmar su contrato de adhesión con IMPECSA se obliga a respetar los precios y reglamentos oficiales. 38/

Anteriormente, IMPECSA otorgaba crédito a sus clientes, trasladando el que recibía de los proveedores. Esta función financiera se ha transferido desde febrero de 1982 al Fondo para el Desarrollo Comercial (FIDEC) que es un Fideicomiso del Banco de México, y que facilita créditos también para la ampliación y modernización de las instalaciones de los pequeños comerciantes.

IMPECSA opera de manera altamente descentralizada. Tiene 20 gerencias regionales, cada una de las cuales controla alrededor de diez sucursales. Cada gerencia regional tiene su presupuesto y dotación de fondos, pero las adquisiciones se realizan de manera centralizada, por medio de licitaciones públicas. En tales licitaciones se fijan las condiciones de la compra pero no los volúmenes, que quedan abiertos. Una vez firmado el pedido abierto con los proveedores (sujeto a revisiones de precios), las gerencias regionales comienzan a efectuar sus pedidos con base en las informaciones de sus sucursales. A fin de atender situaciones especiales, o eliminar desbalances, se contempla la transferencia de productos entre sucursales.

/c) Procuraduría

c) Procuraduría Federal de Protección al Consumidor

Como consecuencia de una iniciativa del sector obrero mexicano, a comienzos de 1976 nació la Ley Federal de Protección al Consumidor y el Instituto Nacional del Consumidor. La Procuraduría tiene por objeto promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora. El decreto que la estableció le otorga facultades para representar, individual y colectivamente, a los consumidores del país; asesorarlos gratuitamente; estudiar y proponer toda clase de medidas encaminadas a su protección; denunciar ante las autoridades competentes todos los actos o hechos que afecten su patrimonio y dignidiad y conciliar las diferencias entre proveedores y consumidores, actuando como amable componedor o como árbitro. Constituye una moderna e importante forma de administrar justicia al ciudadano mexicano (o extranjero) en su calidad de consumidor.

Las prácticas comerciales dañinas para el consumidor en que a esta Procuraduría le toca intervenir con mayor frecuencia son: i) violación a los precios autorizados para productos y servicios de interés general; ii) ocultamiento, acaparamiento, condicionamiento y especulación con artículos de consumo esencial; iii) irresponsabilidad de los fabricantes que no cumplen con las normas de calidad autorizadas; iv) incumplimiento de las garantías ofrecidas a los productos, o falta de dichas garantías, y v) lucros indebidos de comerciantes proveedores de bienes y servicios que modifican en su beneficio cláusulas de los contratos de compraventa.

Hasta comienzos de 1982 esta institución había atendido más de tres millones de casos, correspondientes a reclamos de consumidores de todas las clases socioeconómicas; se advierte, sin embargo, un incremento en el número de reclamantes de bajos ingresos y especialmente en el interior del país, gracias al esfuerzo de difusión que sobre su labor realiza la Procuraduría.

La acción de este organismo es muy efectiva y bastante rápida, ya que por lo general el proceso de conciliación se desarrolla en un lapso de cuatro a seis semanas, con resultados siempre positivos para los consumidores cuando los reclamos son fundados. 39/ En caso de no comparecencia de los "proveedores" a los comparendos de conciliación a que se les cite, son objeto de fuertes multas a beneficio fiscal, las que se van incrementando en caso de reincidencia. Ello sólo constituye un poderoso acicate para que se dé satisfacción a los reclamos de los consumidores.

d) Instituto Nacional del Consumidor

Tiene como misión fundamental la de informar, capacitar, orientar y proteger al consumidor. Con estos fines el INCO realiza diversas actividades. Entre ellas cabe mencionar las siguientes: propagación de nuevos y más sanos hábitos de compra, tratando de evitar que la población sea fácil presa de la publicidad comercial, a menudo engañosa; realización de investigaciones y estudios económicos, bioquímicos y de otros

/tipos,

tipos, destinados a conocer la real calidad de los productos, la eficiencia con que prestan sus servicios al consumidor de los mismos, los modos en que pueden ser mejorados y también las características de su comercialización, y así poder detectar las posibles anomalías que puedan perjudicar a los consumidores; orientación de los consumidores mediante la difusión de una amplia gama de mensajes e informaciones, con las conclusiones y recomendaciones emanadas de los estudios técnicos. En este último campo destacan: la información diaria que, por medio de la radio y la televisión principalmente, se da sobre los precios de distintos productos en establecimientos comerciales diferentes, lo que permite al consumidor orientarse acerca de los sitios de venta más baratos; programas sobre cuidado del gasto familiar y un mejor aprovechamiento y distribución del salario; concientización del consumidor sobre su posible rol contralor en la sociedad.

Además, el INCO funciona como un verdadero foro de los consumidores, donde se reciben las inquietudes y sugerencias de éstos y que permiten influir sobre la producción de bienes socialmente deseables.

Además de sus mensajes por radio y televisión, el INCO tiene varias publicaciones, consistentes en libros educativos, una revista mensual, periódico semanal, periódicos murales mensuales, y una revista de caricaturas y un bimensual. Adicionalmente, el INCO atiende consultas por teléfono, durante diez horas al día, sobre precios de 40 artículos básicos.

El impacto de esta institución ha sido notable, ya que una proporción importante de la población, especialmente la urbana, sigue atentamente sus programas y conoce por lo tanto sus mensajes. Sin embargo, es difícil evaluar, al cabo de sólo seis años de labor, en qué medida el INCO haya podido contribuir a defender de manera significativa al consumidor mexicano de la penetración cultural y mercantil del extranjero; su acción puede parangonarse a la de un David frente a Goliat, dados los enormes recursos que invierten en publicidad las empresas transnacionales y muchas mexicanas, como se examina en el capítulo III. Es de esperarse que pueda continuar y ampliar sus actividades en los años venideros.

III. ALIMENTACION Y NUTRICION EN LA CIUDAD DE MEXICO

1. Factores determinantes en el estado nutricional de las personas

Antes de entrar al examen detallado de los elementos que de manera principal configuran los patrones de consumo alimentario y niveles nutricionales en distintos grupos sociales de la ciudad de México, es conveniente recapitular brevemente cuáles son los factores más importantes que influyen sobre el estado nutricional de las personas.

Como es sabido, el estado nutricional de un individuo depende no solamente de la cantidad y calidad de los alimentos que ingiere sino también de su estado general de salud. Ambos condicionantes están influenciados o determinados principalmente por los siguientes factores: i) cantidad, calidad y variedad de los alimentos disponibles; ii) capacidad de acceso del grupo familiar (al cual pertenece el individuo) al alimento disponible y traducción de esa capacidad en consumo efectivo; iii) forma en que los alimentos se cocinan y preparan para su ingestión; iv) forma en que los alimentos se distribuyen entre los diversos miembros del grupo familiar; v) desperdicio de alimentos no consumidos, y vi) utilización de los nutrientes por el organismo humano; estado de salud del individuo.

En el caso de las familias urbanas, la capacidad de acceso está determinada principalmente por el ingreso percibido (monetario y en especies) y por los precios de los alimentos comprados. La transformación de esa capacidad de acceso en consumo efectivo se ve influenciada por los hábitos de consumo, la percepción de quien decide o compra los alimentos acerca de las necesidades de la familia y la acción de factores externos sobre tales hábitos y percepciones (por ejemplo, la publicidad, el consumo de vecinos y familiares, etc.). Todo ello, junto con la frecuencia de las comidas en el curso del día, las restricciones de tiempo para la preparación de las comidas en el hogar, así como para el desplazamiento de las personas entre el sitio del trabajo y el hogar, los patrones culturales vigentes y/o los factores económicos que regulan la distribución intrafamiliar de los alimentos, determina la cantidad y calidad de los alimentos que consume cada individuo. En la preparación en el hogar y formas de cocción de los mismos influyen también tradiciones culturales, así como la disponibilidad de agua, combustibles y utensilios apropiados, y las condiciones higiénicas imperantes. En cuanto a la utilización del alimento por el organismo humano influyen, entre otros, el estado nutricional anterior, el estado de salud (sobre todo si hay o no presencia de enfermedades infecciosas y parasitarias), la disponibilidad de agua potable y las condiciones higiénicas generales que influyen sobre la salud, el período de lactancia y estado nutricional de la madre y, por último, la actividad física del individuo. En materia de desperdicio de alimentos cuentan tres formas principales: una, consistente en la adquisición de sustitutos más caros y de valor nutritivo

/inferior

inferior; la segunda, en la ingestión de alimentos por encima de los requerimientos nutricionales, y la tercera, representada por el desecho físico de aquellos alimentos que quedan en el plato, o que se descomponen antes de ser consumidos (nótese que todas estas son formas de desperdicio al nivel del individuo o de la familia; no se consideran, por lo tanto, todas las mermas o pérdidas que se producen durante las fases de producción, transformación y distribución de los alimentos).

En las páginas que siguen se intenta una elaboración rudimentaria de los perfiles alimentarios que prevalecen en el país y en la ciudad de México en particular, con base en antecedentes disponibles en el Instituto Nacional de Nutrición y otras instituciones mexicanas. Debe señalarse que no ha sido fácil identificar tales perfiles, no tanto por la carencia de datos a nivel nacional (aunque sí la hay para las áreas urbanas) como por la falta de coherencia entre los mismos. El problema principal se presenta al tratar de establecer los cambios que se han producido a lo largo del tiempo, ya que las diversas encuestas realizadas en los últimos 20 años en materia de nutrición y gasto en alimentación no son estrictamente comparables. Varios de los antecedentes que aquí se exponen permiten, sin embargo, visualizar algunos de los cambios más importantes.

2. Consumo de alimentos por estratos de ingreso; nivel nacional

Las diversas encuestas realizadas en México comprueban que el gasto en alimentación disminuye relativamente al gasto total en consumo a medida que aumenta el ingreso familiar o individual. En 1977, mientras en los tres deciles de ingreso más bajo se destinaba a alimentos y bebidas una proporción enorme del gasto monetario total, 40/ en el veintil superior esa proporción se situaba en torno a la cuarta parte. Por supuesto, las diferencias del gasto alimentario entre estratos, en términos absolutos, son notables. En 1977, mientras el 10% más pobre de la población gastaba en alimentos y bebidas una suma de aproximadamente 3 315 pesos semestrales por familia, el 5% más rico gastaba unas 10 veces más, alrededor de 32 370 pesos, según puede apreciarse en el cuadro 25. Se advierten allí también las enormes diferencias en el gasto total, que reflejan las diferencias de ingreso, entre los diversos grupos, especialmente los extremos, y que, al parecer, se han ido agravando con el tiempo. Así, mientras en 1963 el decil más pobre recibía el 1.7% del ingreso total, quince años más tarde esa proporción había bajado a alrededor del 1%.

Los productos que componen la dieta varían mucho de un estrato de ingreso a otro. En el cuadro 26 puede apreciarse cómo, a medida que se va elevando el ingreso, se pasa de una dieta basada primordialmente en el maíz y el frijol a otra en que los productos de origen animal, así como los alimentos industrializados cobran una importancia preponderente. Aún dentro de los cereales se producen cambios importantes: el maíz cede su lugar prominente a los derivados del trigo. Mientras el consumo de maíz en grano y tortilla de maíz en el decil de ingresos más bajos es de

/Cuadro 25

Cuadro 25

GASTO SEMESTRAL DE LOS HOGARES POR ESTRATOS DE INGRESO, 1977

(Pesos)

Deciles de ingreso	Gasto corriente monetario semestral (por hogar)		B/A (%)
	Total (A)	Alimentos y bebidas (B)	
I	3 401	3 315	97.5
II	6 749	5 297	78.5
III	9 592	7 277	75.9
IV	12 767	8 713	68.2
V	16 774	10 530	62.8
VI	21 160	12 076	57.1
VII	27 326	14 754	54.0
VIII	34 761	17 593	50.6
IX	47 965	20 830	43.4
X a	68 984	25 187	36.5
X b	119 872	32 370	27.0
Promedio nacional	27 492	12 917	46.2

Fuente: Secretaría de Programación y Presupuesto, Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto (ENIG), 1977.

/Cuadro 26

Cuadro 26

CONSUMO DE DIVERSOS ALIMENTOS POR ESTRATOS DE INGRESO, 1977

(Por persona, por día)

Productos	Decil I			Decil VIII			Decil X		
	Alimentos (g)	Calorías	Proteínas (g)	Alimentos (g)	Calorías	Proteínas (g)	Alimentos (g)	Calorías	Proteínas (g)
Total		1 919	42.9		2 242	63.1		2 396	75.3
Maíz en grano	379.1	1 241	27.7	56.1	200	4.4	13.0	43	1.0
Tortilla de maíz	23.0	52	1.4	226.9	508	13.4	192.5	431	11.3
Harina de trigo	7.0	27	0.7	32.1	121	3.3	37.1	140	3.8
Pan blanco	8.7	25	0.7	50.0	146	4.2	49.5	145	4.2
Pastas para sopa	5.0	17	0.5	19.0	64	1.8	18.0	61	1.7
Otros panes y galletas	7.7	30	0.7	46.4	170	4.2	83.8	298	7.6
Arroz	7.3	26	0.5	18.5	67	1.4	19.6	71	1.4
Frijol	41.9	139	8.0	46.5	154	8.9	39.0	132	7.8
Azúcares	46.8	170	0.1	45.5	168	0.1	44.2	163	-
Frutas a/	8.7	5	-	60.5	30	0.3	100.9	45	0.6
Verduras b/	35.6	11	0.1	95.3	28	0.8	113.0	32	0.9
Aceite vegetal	7.1	63	-	20.6	183	-	24.4	217	-
Carne de res	2.0	4	0.3	18.8	35	2.6	24.6	45	3.4
Carne de cerdo	3.0	5	0.4	11.0	18	1.3	17.8	30	2.2
Carne de aves	2.1	2	0.2	17.0	20	1.8	28.8	34	3.0
Otras carnes	1.8	3	0.3	12.6	20	1.8	22.4	36	3.1
Pescado y mariscos	0.6	1	0.1	3.3	3	0.7	9.0	8	0.8
Leche líquida	25.4	15	0.9	257.3	149	9.0	427.3	248	15.0
Otras leches	1.1	3	0.2	9.4	30	1.8	14.5	47	2.8
Mantequilla	0.1	4	-	1.5	11	-	3.9	29	-
Manteca de puerco	7.7	69	-	7.5	67	-	4.8	43	-
Quesos	0.8	7	0.1	5.7	50	1.3	14.9	98	3.7

Fuente: Sistema Alimentario Mexicano.

Nota: Se ha excluido el consumo de huevo debido a que los cálculos originales contenían un error que lo sobrestimaban considerablemente, según aclaración que figura en los documentos del SAM de donde se tomaron los datos para este cuadro.

a/ Manzanas, naranjas, plátanos.

b/ Papa, tomate rojo, cebolla.

/alrededor

alrededor de 400 gramos por persona al día, en el decil más alto llega a aproximadamente la mitad, pero invirtiéndose las proporciones entre maíz en grano y tortilla (el primero corresponde más bien al consumo en áreas rurales mientras que en las zonas urbanas el consumo directo del grano se hace muy pequeño a partir del septimo u octavo decil). El contraste que antes se vio en materia de gasto se ratifica al considerarse las cantitades ingeridas de los diferentes alimentos. Así, con excepción del maíz, el frijol, el azúcar, la manteca de puerco (esta última sustituida por otras materias grasas), el estrato de ingreso superior consume ocho veces más productos de trigo que el decil más pobre, 11 veces más carnes y pescados, 17 veces más productos lácteos y unas cinco veces más frutas y verduras. Si se considera el aporte de los distintos alimentos desde el punto de vista calórico-proteico, puede verse también la transformación que tiene lugar en la dieta. 41/ Para el decil más bajo, los cereales, particularmente el maíz, aportan casi el 75% de las calorías y proteínas proporcionadas por los alimentos que figuran en el cuadro 26; los productos de origen animal sólo contribuyen en poco más del 5% de las calorías y las proteínas. Para el decil más rico, en cambio, el aporte de los cereales es considerablemente menor, un poco por debajo del 50% en calorías y del 40% en proteínas, mientras que los productos de origen animal pasan a contribuir con 27% de las calorías y casi 50% de las proteínas.

3. Consumo en el área metropolitana

No se dispone de estudios comprensivos sobre consumo de alimentos y situación nutricional en el área metropolitana de la ciudad de México. Sólo se tienen, por una parte, las encuestas sobre estructura del gasto en alimentos para esta ciudad (ENIG 77) y, por la otra, datos sobre consumo alimentario de encuestas parciales realizadas por el Instituto Nacional de Nutrición y otras entidades. Combinando de alguna manera ambas series de datos se ha intentado definir de manera aproximada el perfil del consumo alimentario y la situación nutricional en la metrópoli mexicana.

Según los datos de la ENIG 1977, el gasto alimentario total por hogar en la ciudad de México era casi idéntico al del promedio del decil 8o del conjunto del país. Ello no es de extrañar si se considera que el 70% de los hogares del área metropolitana se encuentra ubicado entre los deciles 7o y 10o del conjunto nacional. Sin embargo, la estructura del gasto en la ciudad de México se parece más a la que rige en los deciles 9o y 10o; así, por ejemplo, el gasto en cereales y sus derivados es más bajo en el área metropolitana que en el decil 8o, mientras que es más elevado el de carnes, pescado y frutas. A medida que aumentan los ingresos y el componente urbano de cada decil, la estructura del gasto tiende a inclinarse en mayor proporción a los productos de origen animal. En el décimo decil nacional esa proporción supera el 50% y en la ciudad de México alcanza el 40%, mientras que en el primer decil nacional se gasta menos de 16% en alimentos de origen animal (sin incluir en ambos casos algunas grasas y otros productos).

/No se conoce

No se conoce con precisión cuál es la distribución del ingreso en el área metropolitana ni, como se señaló la del consumo alimentario por estratos socioeconómicos. Sin embargo, dadas las proporciones de hogares metropolitanos que hay en cada decil nacional de ingresos, puede deducirse que son relativamente pocos los hogares metropolitanos que registran un nivel de pobreza y de subconsumo alimentario como el que se observa en numerosas áreas rurales, cuya población constituye la mayor parte de los primeros cuatro deciles nacionales. 42/ No es posible determinar, por otra parte, en qué medida la ENIG 77 pudo haber sobrestimado los consumos de los hogares ubicados en las zonas marginales de la ciudad de México, donde viven varios millones de personas. Mas, si uno se atiene a las cifras de dicha encuesta, no habría en el área metropolitana más de 230 000 hogares pertenecientes a los primeros cuatro deciles nacionales, o sea alrededor de 1.2 millones de personas.

Por otra parte, las encuestas directas realizadas por el INN en zonas populares de la ciudad de México en 1979, entre segmentos de ingreso medio-bajo (en torno a un salario mínimo legal) confirman lo señalado anteriormente en cuanto a que el consumo alimentario de tales estratos urbanos es mucho más elevado que el que se registra en la mayoría de las áreas rurales. Los datos que se examinan en los párrafos que siguen corresponden a la encuesta mencionada del INN, realizada en 1979 en la ciudad de México, que incluyó en la muestra solamente barrios denominados "populares", 43/ excluyéndose las áreas marginales de extrema miseria (que se encuentran, por lo demás, en una situación transicional, entre lo rural y lo urbano) y aquellas habitadas por la clase media acomodada. La muestra de 400 familias en ocho barrios populares (seleccionados al azar) se dividió en tres estratos de ingresos: el medio, con un ingreso promedio familiar cercano al salario mínimo; uno alto con ingresos superiores al anterior y otro bajo con ingresos inferiores. Las diferencias en términos de ingreso familiar no fueron muy significativas, pero, debido al muy dispar tamaño de las familias, el ingreso por habitante resulta mucho más diferenciado, lo cual se traduce en patrones de consumo alimentario también bastante diferenciados. 44/

En el curso del análisis se examinan también resultados preliminares de encuestas realizadas recientemente en dos zonas muy diferentes de la ciudad de México: Azcapotzalco --eminentemente obrera-- y Coyoacan, donde se estudian tres estratos de población, con ingresos y actividades muy diversos. También se analizan en este apartado algunos datos sobre patrones de consumo en áreas urbanas provenientes de estudios realizados por el Instituto Nacional del Consumidor (INCO), particularmente en relación con productos industrializados, y con los efectos de la publicidad sobre el consumo de alimentos.

i) Relación entre ingreso y gasto en alimentación. El estudio del INN comprueba, para el área metropolitana la relación inversa que existe entre nivel de ingreso y proporción del gasto total destinado a la alimentación. La relación correspondiente a los tres estratos fue de 63% para el bajo, 54% para el grupo medio y 40% para el alto. En montos absolutos, cada familia del grupo bajo gastaba en alimentación casi lo mismo que la familia del grupo alto, pero la diferencia en el tamaño familiar hizo que a nivel individual hubiera una diferencia en el gasto de alrededor de 50%.

/En el estudio

En el estudio realizado en la Delegación de Coyoacan se encontró que el estrato de menores ingresos destinaba algo más de la mitad de su ingreso familiar al consumo de alimentos. Para los estratos medio y alto los porcentajes resultaron menores, aun cuando en el caso del grupo más acomodado el gasto en comidas fuera del hogar era muy elevado, casi tan grande como el realizado para las comidas dentro del hogar. En la zona de Azcapotzalco se encontró algo similar: en uno de los barrios con ingresos relativamente altos se destinaba el 33% para alimentación en el hogar y un 12.5% para las comidas fuera de la casa; en otros barrios de esta Delegación, con ingresos de aproximadamente la mitad de los del barrio anterior, el porcentaje destinado a alimentación en el hogar subía a 42%-43% mientras que aquel destinado a las comidas fuera de casa disminuía a más o menos 8%.

ii) Consumo dentro y fuera del hogar. Esta característica de que a mayores niveles de ingreso y mayor grado de urbanización el porcentaje del gasto alimentario realizado fuera del hogar sea más alto se comprueba con los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos (ENIG) de 1977. Según puede verse en el cuadro 27, a medida que se va subiendo en la escala de ingresos el monto gastado en alimentos y bebidas fuera del hogar aumenta considerablemente, al igual que el porcentaje de familias que reportaron haber gastado en ese tipo de alimentación. Así, mientras en el primer decil un 9% de las familias declaraba haber gastado como término medio 374 pesos semestrales en comidas y bebidas fuera de la casa, o sea con un promedio ponderado de apenas 34 pesos para todo el decil, en el 5% de ingresos más elevados el 80% de las familias gastaba en promedio más de 7 000 pesos semestrales, equivalentes a 5 647 pesos como media para el conjunto del veintil, es decir 166 veces más que el decil inferior. La última columna del cuadro muestra que la proporción entre comidas fuera y dentro del hogar (medida con base en las cifras ponderadas promedio), en términos de gasto semestral, pasaba del 1.7% al 20.2% entre el primer decil y el último veintil.

En la parte inferior del mismo cuadro 27 se presentan los datos según tamaño de municipio y para tres áreas metropolitanas importantes. Es clara la diferencia entre estas últimas y los municipios más pequeños, en los cuales seguramente predomina la población rural. En los municipios de hasta 100 000 habitantes reportaron gastos en alimentos y bebidas fuera del hogar entre 13% y 25% de las familias, y las proporciones con respecto al gasto efectuado dentro del hogar varió entre 4% y 7% aproximadamente; en las áreas metropolitanas, en cambio, más del 50% de las familias reportó gastos de este tipo fuera del hogar, a la vez que la proporción del gasto fuera con respecto al realizado dentro del hogar era bastante más elevada, fluctuando entre 11% y 14%, aproximadamente.

iii) Composición del consumo por estratos de ingreso. El estudio del IMM entrega antecedentes bastante completos sobre la composición y características del consumo alimentario de los estratos urbanos encuestados. Como se dijo, el dispar ingreso por habitante entre los estratos extremos explica las grandes diferencias que se registran en el consumo por persona de ciertos alimentos, según puede apreciarse en el cuadro 28, que ofrece los datos para los estratos popular alto y popular bajo.

/Cuadro 27

Cuadro 27

GASTO ALIMENTARIO DENTRO Y FUERA DEL HOGAR, 1977

(Pesos semestrales por habitante)

	Alimentos casa (A)			Bebidas casa (B)			Total A + B	Alimentos y bebidas fuera de casa			D/C (%)
	Pesos	Porcentaje reportado	Valor ponderado (pesos)	Pesos	Porcentaje reportado	Valor ponderado (pesos)	Valor ponderado (pesos) (C)	Pesos	Porcentaje reportado	Valor ponderado (pesos) (D)	
I	2 032	97 664	1 984	286	16 427	47	2 031	374	9 093	34	1.7
II	3 775	98 832	3 731	450	20 045	90	3 821	1 070	15 191	162	4.2
III	5 505	99 485	5 477	619	19 293	119	5 596	946	15 643	148	2.6
IV	7 182	99 517	7 147	724	17 531	127	7 274	1 325	20 567	272	3.7
V	9 137	99 519	9 093	909	16 610	151	9 244	1 431	22 066	316	3.4
VI	10 801	98 712	10 662	786	21 770	171	10 833	1 910	31 628	604	5.6
VII	12 696	98 509	12 507	1 414	23 353	330	12 837	2 352	41 176	968	7.5
VIII	15 037	99 435	14 952	1 179	27 219	321	15 273	2 608	49 220	1 284	8.4
IX	17 742	99 146	17 590	1 347	29 063	391	17 981	3 942	56 863	2 242	12.5
X	24 117	99 492	23 995	1 605	44 418	713	24 708	6 113	73 200	4 475	18.1
Xb	27 272	99 072	27 019	1 735	51 533	894	27 913	7 065	79 934	5 647	20.2
Tamaño de municipio (habitantes)											
Hasta 2 500	4 319	99 155	4 283	403	28 574	115	4 398	1 333	12 967	173	3.9
2 501-10 000	5 903	99 218	5 856	666	28 686	191	6 047	1 697	25 439	432	7.1
10 001-100 000	7 548	99 141	7 483	997	17 683	176	7 659	1 907	20 894	398	5.2
100 001-250 000	12 491	97 841	12 221	1 259	24 611	310	12 531	3 460	33 489	1 159	9.2
250 001-500 000	15 103	99 052	14 960	1 231	23 815	293	15 253	3 151	40 334	1 271	8.3
Más de 500 000	14 557	99 051	14 419	1 365	20 228	276	14 695	3 832	29 222	1 120	7.6
Ciudad de México	15 557	99 249	15 440	1 027	29 304	301	15 741	4 116	54 691	2 251	14.3
Guadalajara	13 874	98 978	13 732	953	27 445	262	13 994	3 104	50 652	1 572	11.2
Monterrey	14 354	99 485	14 280	1 800	33 904	610	14 890	3 742	55 357	2 071	13.9

Cuadro 28

CONSUMO DIARIO PROMEDIO DE ALIMENTOS POR HABITANTE

(Gramos)

Productos seleccionados	Popular alto	Popular bajo
Tortillas	198	243
Pan, galletas, pasta	94	115
Arroz	36	46
Harinas	15	14
Frijol	39	48
Leche y queso	356	225
Carnes	80	60
Huevo	57	50
Verduras y frutas	98	57
Grasas	38	23
Azúcares	40	35
Refrescos	235	220
Alimentos industrializados	25	25

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición y Sistema Alimentario Mexicano.

Varias cosas llaman la atención en este cuadro: el grupo de bajos ingresos consume un 25% más de cereales y leguminosas que el grupo alto, pero ello se encuentra compensado por un consumo mucho menor de productos de origen animal (un tercio menos de lácteos y un cuarto menos de carnes), así como de grasas (de todo origen) y de frutas y verduras; de otro lado, resalta la relativa constancia en el consumo de azúcares, refrescos y alimentos industrializados (productos enlatados, chocolate, condimentos, pastelillos y confites, etc.).

La estructura de la dieta urbana "popular" es de tipo "americano", con un elevado consumo de huevo y leche en el desayuno, de carne en la comida y nuevamente de leche y algo de carne en la cena, pero con un escaso consumo de frutas. Así, la encuesta del INN encontró que el 79% de las familias del estrato popular bajo consumía leche al desayuno y 53% consumía huevo en tal refrigerio; estos porcentajes subían a 90% y 70%, respectivamente, en el grupo popular alto. En la comida, 84% de las familias del grupo bajo y 93% de las del grupo popular alto consumía carne, mientras que sólo 55% en ambos estratos consumían frijoles

/(importante

(importante fuente de proteínas vegetales). En la cena, 64% de las familias del grupo bajo y 82% de las del grupo alto consumen leche con pan, y alrededor de un tercio de las familias come lo que quedó sin consumir al mediodía. Contrasta con lo anterior el escaso consumo de frutas: entre 16% y 34% de las familias las ingieren al desayuno; de 16% a 24% en la comida, y sólo de 1% a 6% durante la cena. De otro lado, el consumo de pan y tortillas se encuentra concentrado en el desayuno, con una participación de la totalidad de las familias en los tres estratos, constituyendo, pues, los alimentos universales. Aparte de la carne y los frijoles, tienen un peso importante en la comida el arroz y las verduras, así como los refrescos (más de la cuarta parte de las familias encuestadas reportó haber consumido refrescos en dicha ocasión).

En el estudio realizado en la Delegación de Coyoacan se encontró que el consumo giraba en torno a dos grupos de productos, uno estable y otro compuesto por productos en constante rotación o sustitución, según fuere la variación en los precios de tales productos o su disponibilidad en el mercado. Entre los primeros figuran las tortillas, pastas, azúcar, aceite, chile, cebolla, ajo, papa, calabaza, plátano, refrescos y café. Los principales productos de rotación o sustitución constante son: carne y similares, leche, pan, otras verduras y frutas (según la estación), frijol, huevo, jitomate. Debe anotarse que estos productos no desaparecen totalmente de la dieta (excepto cuando escasean o no existen en el mercado) sino que baja el monto consumido y su frecuencia, y se les reemplaza por otros productos más baratos o accesibles. En muchas de las familias hay un cierto principio de reparto de alimentos entre sus miembros. Así, la leche suele ir a los niños, la carne va fundamentalmente a los adultos y el huevo se consume por unos y otros. Esta jerarquización pone de manifiesto el hecho de que ante la imposibilidad de conseguir alimentos suficientes y a precios compatibles con el ingreso se tiene que racionalizar el consumo. Sobre el tema de la distribución intra-familiar de alimentos se vuelve más adelante.

4. Consecuencias nutricionales de los diversos niveles de consumo alimentario

Las repercusiones nutricionales de la dieta que se encontró para los tres grupos populares encuestados por el INN en 1979 fueron las siguientes: i) déficit calórico para el estrato bajo de un 12%; y ii) carencia de niacina y retinol en los tres grupos, déficit que llegaba a 54% en el grupo bajo, el cual acusó carencias bastante pronunciadas también en riboflavina y ácido ascórbico. Todo ello conforma, para el INN, un cuadro bastante claro en materia de deficiencias nutricionales, al indicar donde se encuentra la línea divisoria entre los que estarían "adecuadamente" alimentados (se descartan por ahora los problemas derivados de la sobrealimentación) y los que sufren de carencias nutricionales de variable importancia y naturaleza. Esa línea, a juzgar por el estudio señalado, estaría dada por un ingreso equivalente al salario mínimo legal o cercano a él. Dicha presunción se confirma por otro estudio, basado en la

/encuesta

encuesta de 1977 sobre ingresos y gastos de los hogares (ENIG, 1977) según el cual los hogares comprendidos entre el primero y el quinto decil, o sea los que habían recibido un ingreso igual o inferior al salario mínimo promedio vigente en 1977, 45/ consumía una cantidad de calorías y proteínas inferior a las recomendadas por el INN y por organismos internacionales.

La encuesta del INN encontró que el porcentaje de proteínas de origen animal era demasiado elevado, sobre todo en los dos estratos de mayores ingresos, que registraron coeficientes de 56% y 52%, en circunstancias que una proporción razonable no debería sobrepasar el 35%. Ello revela la tendencia de la población mexicana a incrementar desproporcionadamente su consumo de alimentos de origen animal en relación con el incremento de sus ingresos, según se vió en la sección anterior.

Ello queda demostrado también por el hecho de que mientras los tres grupos sobrepasaban en mayor o menor grado los niveles de requerimiento proteico, el grupo bajo registraba un déficit de 12% en calorías y el grupo alto estaba a la par. Como se aprecia en el cuadro 29 las dietas típicas en los diversos estratos dan origen a deficiencias significativas en varios nutrientes importantes. Como se ha señalado en repetidas ocasiones, estas deficiencias están ligadas en buena medida con el consumo de productos industrializados caros y de escaso valor nutritivo. Como se verá en una sección posterior, la población mexicana de bajos ingresos destina una proporción excesiva del gasto total en alimentación a esos productos suntuarios, que poco agregan a la ingestión de nutrientes pero quitan mucho del ingreso disponible. Para la población de ingresos más elevados el monto absoluto gastado en este tipo de "alimentos", así como en las comidas realizadas fuera de casa, es mucho mayor, pero en términos relativos pesa mucho menos sobre sus presupuestos totales. Lo grave en esto no es sólo el efecto pernicioso sobre la salud que tiene el sobreconsumo de los estratos más pudientes de azúcares, grasas, alcohol, etc. sino el efecto de demostración sobre los estratos que siguen en la escala socioeconómica y que, azuzados por una publicadad implacable, tienden a imitar los modos de consumo de aquellos grupos que están en la cúpula.

5. Distribución intra-familiar de los alimentos y alimentación infantil

No se dispone de informaciones precisas sobre la manera en que se distribuyen los alimentos disponibles entre los diferentes miembros del grupo familiar, por estratos socioeconómicos y por regiones geográficas. Sin embargo, existen antecedentes bastante completos sobre alimentación de niños pre-escolares (2 a 5 años de edad), provenientes de las mismas encuestas del INN que se han venido examinando hasta ahora. Además de permitir el análisis de la situación alimentaria y nutricional efectiva de esos niños, tales datos nos permiten también determinar, de manera indirecta --mediante una comparación de relaciones--, la forma en que se distribuyen los alimentos en el hogar entre adultos y pre-escolares.

/Cuadro 29

Cuadro 29

AREAS URBANAS: PORCENTAJE DE ADECUACION DE LA DIETA EN COMPARACION CON RECOMENDACIONES NUTRICIONALES

Alimentos nutrientes	Estrato popular		
	Alto	Medio	Bajo
Calorías	102	99	88
Proteínas	125	123	101
Calcio	172	178	137
Hierro	144	142	123
Tiamina	149	152	124
Riboflavina	105	102	75
Niacina	64	61	46
Acido ascórbico	126	130	66
Retinol	68	69	46

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición.

/En los

En los cuadros 30 a 34 se presentan datos sobre lo que consumen niños de esta edad en áreas urbanas y rurales, y las cifras sobre la situación nutricional resultante en cada uno de estos casos; luego se comparan los porcentajes de adecuación calórico-proteica de los pre-escolares con aquellos que se dieron anteriormente para el habitante promedio; lo mismo se hace con los respectivos consumos de los diferentes alimentos. Una relación pre-escolar-habitante promedio alta significa que la distribución intra-familiar es favorable a los niños; una relación baja, por el contrario, es indicio de una mala distribución. Esto aparece más claro en la comparación de coeficientes de adecuación nutricional que en la de consumo de productos, ya que en el primer caso existe una norma de referencia mientras que en el otro caso no (no se puede saber qué cantidad del producto X, Y o Z debería comer un adulto o un niño, debido a la posibilidad de sustitución de unos productos por otros; en cambio, se sabe que un niño de esa edad debería ingerir, en promedio, 1 385 calorías por día y 36.2 gramos de proteínas, también por día, y que el habitante promedio debería consumir alrededor de 2 080 calorías y 62 gramos de proteínas por día, de acuerdo con las recomendaciones del INN). Sin embargo, el acoplamiento de los dos juegos de comparaciones nos da una idea aproximada de las variaciones que existen en el grado de equidad relativa que presenta la distribución intra-familiar de los alimentos en zonas urbanas y rurales.

En el cuadro 30, referido al consumo de alimentos por pre-escolares en áreas urbanas, en los tres estratos de la encuesta, resalta el elevado consumo de refrescos y de alimentos industrializados, muchos de ellos de muy bajo nivel nutritivo y de alto costo. Esto es particularmente serio en los niños del estrato de menores ingresos, con un adverso efecto nutricional, como se puede apreciar en el cuadro 31 que muestra la ingesta diaria de calorías y proteínas, así como los porcentajes de adecuación de éstos y otros nutrientes fundamentales.

El elevado coeficiente de adecuación en proteínas es el resultado, primordialmente, del alto consumo de leche, que supera ampliamente el consumo promedio del grupo familiar. En cambio, se presentan carencias importantes en calorías y otros nutrientes, especialmente en el estrato bajo. El estado nutricional de los niños se ve seriamente afectado por los niveles de ingreso y los hábitos de consumo. En el cuadro 32 se presentan cifras que son muy ilustrativas al respecto y que corresponden a pre-escolares y a niños de cero a dos años de edad. El estado nutricional se midió relacionando el peso con la edad y comparando los resultados con normas científicas elaboradas para México. De acuerdo con esos datos, en el primer año de vida de los niños la situación aparece como relativamente satisfactoria en el estrato popular alto, con sólo 13% de desnutridos moderados; la situación se torna más severa en los otros dos estratos, y especialmente en el bajo, donde la desnutrición moderada abarca al 46% de los niños y la severa al 10%. En el segundo año de vida la situación empeora en los grupos alto y medio, al aumentar la desnutrición moderada y la severa. Al pasar a la edad pre-escolar la situación se pone peor aún: el grupo alto muestra un 7% de desnutrición severa de grado II, y

/Cuadro 30

Cuadro 30

CONSUMO ALIMENTARIO DE NIÑOS PRE-ESCOLARES EN AREAS URBANAS, 1979

(Gramos por niño por día)

Productos	Estrato popular		
	Alto	Medio	Bajo
Cereales[a] y frijol	222	233	259
Verduras[b]	28	31	26
Frutas[c]	86	86	61
Leche[d]	410	412	361
Carnes[e]	56	66	54
Huevo	53	48	57
Grasas	27	21	21
Azúcar	32	34	38
Refrescos	183	236	260
Alimentos industrializados	54	50	57

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición, encuesta urbana citada.
a/ Tortillas, pan y galletas, pasta, arroz y harinas.
b/ Jitomate, cebolla, papa, zanahoria.
c/ Plátano, naranja, papaya, mango, limón.
d/ Leches líquidas, en polvo y evaporadas.
e/ Carnes de res, pollo, cerdo y pescado.

/Cuadro 31

Cuadro 31

INGESTA DIARIA DE CALORIAS Y PROTEINAS POR PRE-ESCOLARES Y PORCENTAJE DE ADECUACION NUTRICIONAL; AREAS URBANAS, 1979

	Estrato popular		
	Alto	Medio	Bajo
Calorías (número)	1 221	1 305	1 159
Proteínas (g)	50	51	42
Adecuación (%)			
Calorías	88	94	84
Proteínas	138	141	116
Calcio	176	170	142
Hierro	82	88	79
Tiamina	130	132	114
Riboflavina	148	137	103
Niacina	48	52	36
Acido ascórbico	120	107	65
Retinol	125	149	89

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición, encuesta urbana citada.

/Cuadro 32

Cuadro 32

ESTADO NUTRICIONAL DE LOS NIÑOS DE CERO A CINCO AÑOS; AREAS URBANAS

(Porcentajes del total de niños de cada grupo)

Peso para la edad	Estrato popular								
	Alto			Medio			Bajo		
	0-11 meses	12-24 meses	2-5 años	0-11 meses	12-24 meses	2-5 años	0-11 meses	12-24 meses	2-5 años
Nutrición superior (+ 110%)	20	12	8	12	8	7	8	2	0
Normales (110%-90%)	67	52	62	50	47	39	28	34	34
Desnutridos I (90%-75%)	13	33	23	35	41	45	46	46	48
Desnutridos II (75%-60%)	0	3	7	3	4	9	18	18	18

Fuente: Instituto Nacional de Nutrición, encuesta urbana citada.

/Cuadro 33

Cuadro 33

RELACIONES ENTRE COEFICIENTES DE ADECUACION NUTRICIONAL ENTRE HABITANTE PROMEDIO Y PRE-ESCOLAR EN AREAS URBANAS

(Porcentajes)

Nutrientes	Estrato popular	
	Alto	Bajo
Calorías	86	95
Proteínas	110	115
Calcio	102	103
Hierro	57	64
Tiamina	87	92
Riboflavina	141	137
Niacina	75	78
Acido ascórbico	97	98
Retinol	184	193

Fuente: Cuadros 29 y 31.
Nota: Las relaciones se han calculado como razón entre el porcentaje de adecuación de los niños (numerador) y el del habitante promedio (denomidador).

/Cuadro 34

Cuadro 34

RELACION ENTRE EL CONSUMO DE ALIMENTOS DE PRE-ESCOLARES Y EL DEL HABITANTE PROMEDIO EN AREAS URBANAS

(Porcentajes)

Productos	Estrato popular	
	Alto	Bajo
Cereales y frijol	58	56
Verduras	78	96
Frutas	139	179
Leche	127	180
Carnes	70	90
Huevo	93	114
Azúcar	80	109
Refrescos	78	118
Grasas	71	91

Fuente: Cuadros 28 y 30.
Nota: Estos coeficientes se han calculado como razón entre el consumo diario de pre-escolares (numerador) y el del habitante promedio (denominador).

/23% moderada

23% moderada de grado I; por su parte, el grupo bajo mantiene para estas edades el mismo coeficiente elevado de desnutrición severa y uno muy alto para la desnutrición moderada. Mientras un 70% de pre-escolares del grupo alto tiene una situación normal o superior a la normal, ese porcentaje baja a 46% en el grupo medio y a 34% en el bajo (sin ningún niño con nutrición superior).

En un párrafo anterior se señalaba que en los estratos urbanos la línea divisoria entre nutrición deficiente y adecuada se situaba, en términos de ingreso y para el conjunto de la población, en torno al salario mínimo, equivalente al que percibía el estrato popular medio. Sin embargo, mirado el problema desde el ángulo de la desnutrición infantil, puede apreciarse que aquél comienza un peldaño más arriba, pues ya el estrato popular alto acusa coeficientes significativos de desnutrición infantil.

Como se explicó anteriormente, ante la falta de datos directos sobre distribución intra-familiar de alimentos, procederemos a comparar, de una parte, los coeficientes de adecuación calórico-proteica para los niños y para el promedio de la población (que llamaremos habitante promedio), y a las relaciones de consumo de los diferentes productos.

Veamos la situación en las áreas urbanas. En el cuadro 33 se presenta la relación entre los porcentajes de adecuación nutricional del habitante promedio (cuadro 29) y los del pre-escolar (cuadro 31), en los estratos popular alto y popular bajo.

Parecería que, dentro de su mayor carencia absoluta, la distribución intra-familiar fuese mejor en los grupos más pobres, ya que su coeficiente de relación es más alto en prácticamente todos los nutrientes. Ello se confirma al comparar los coeficientes de consumo de diversos alimentos, cuyos resultados se presentan en el cuadro 34. Puede apreciarse allí que, salvo la excepción del grupo cereales y frijol en el que los coeficientes son prácticamente iguales, para todos los productos se registra un coeficiente bastante más alto en el grupo popular bajo. En varios de ellos, como huevo, azúcar, y refrescos, se registra un coeficiente superior a 100. 46/

6. Los patrones del gasto en alimentación

Como se ha venido señalando, la dieta de los mexicanos tiende a incluir en medida creciente alimentos de origen animal y productos industrializados. Estos últimos pesan fuertemente en el presupuesto de los grupos más pobres. En efecto, según se aprecia en el cuadro 35, que proporciona datos sobre el porcentaje que cada alimento (de una lista de 50 productos) tiene dentro del gasto total en alimentación, el consumo de refrescos, pan dulce, galletas, dulces y postres, verduras procesadas, café soluble, chocolate, cacao y té, y alimentos preparados, absorben en conjunto más del 13% del gasto total; nótese que esa lista no contiene pastelillos,

/Cuadro 35

Cuadro 35

PARTICIPACION DE LOS PRINCIPALES ALIMENTOS EN EL GASTO TOTAL, 1977

(Porcentajes)

	Promedio nacional	Primer decil	Segundo decil
Total	100.00	100.00	100.00
Maíz en grano y tortillas y otros productos de maíz	11.07	32.49	26.57
Frijol	3.18	7.62	6.71
Arroz	1.30	1.61	1.89
Verduras y raíces	5.84	7.48	7.55
Frutas	5.34	1.63	2.63
Pan blanco	2.06	1.27	1.91
Pastas para sopa	1.17	0.99	1.48
Pan dulce y galletas	3.68	2.60	3.74
Pan de caja y otros panes	0.81	0.09	0.15
Harina de trigo y otras	1.65	1.32	1.55
Carne de res	11.32	4.42	5.60
Carne de cerdo	3.05	2.88	2.75
Carne de aves	4.27	1.81	2.17
Otros tipos de carne	2.51	0.54	0.55
Pescados y mariscos	2.22	1.14	1.27
Leche (en todas sus formas)	10.15	3.52	5.92
Quesos y crema	2.66	1.00	1.67
Huevos	4.12	2.11	2.95
Aceites y grasas	4.46	7.50	7.07
Especias y aderezos	1.74	2.23	1.65
Café, té, cacao, chocolate	3.41	5.17	4.23
Azúcar	1.97	4.66	4.49
Otros productos procesados	3.57	0.70	1.13
Refrescos	3.54	2.00	2.87
Otros alimentos	4.91	3.22	2.60

Fuente: Sistema Alimentario Mexicano.

/confites,

confites, papas fritas y otras frituras empaquetadas, que registran un elevado consumo y que posiblemente representan no menos de 4% a 5% adicional. Es decir, alrededor de entre una quinta y una sexta parte de lo que dispone para gastar en alimentos una familia mexicana media, en la cual algunos de sus miembros pueden estar sufriendo algún grado de malnutrición, especialmente entre los niños, se destina a la adquisición de artículos cuyo valor nutritivo suele ser bastante bajo. Para los grupos más pobres los porcentajes son algo más bajos: en el caso del primer decil, el conjunto de "alimentos" mencionados representa el 6% del gasto total, al cual habría que agregar tal vez otro 4% por concepto de pastelillos, confites, etc. Para el segundo decil, el porcentaje de esos artículos llega a poco más del 9%, que sumado al 4% por concepto de artículos de confitería y otros, da un total de 13%. Dado que estos dos grupos son los que están peor alimentados, esos malgastados 10% o 13% cobran una relevancia especial.

Un ejemplo claro de la penetración de hábitos alimenticios que son nocivos para la salud y para el presupuesto familiar lo constituye el elevado consumo de pastelillos industrializados, especialmente por parte de los niños. En un estudio realizado hace pocos años por el Instituto Nacional del Consumidor se encontró que, en promedio, el consumo de estos productos alcanzaba a unas 50 unidades por familia por mes, con un costo equivalente a un día de salario mínimo (del año 1978), o sea alrededor del 3% del ingreso familiar para estratos urbanos de ingresos medio-bajos, o de aquellos hogares que se encuentran en el quinto decil de la escala de ingresos. Obviamente, este porcentaje debe ser más alto para los estratos de menores ingresos; esto se ve confirmado por los siguientes datos sobre distribución del número de consumidores de pastelillos según tramos de ingreso. El estudio del INCO considera cinco estratos: popular, con ingresos hasta un salario mínimo (3 600 pesos en 1978), y que representaba el 49% de todos los consumidores; residencial-popular, con ingresos entre 3 600 y 9 600 pesos (uno y casi tres S.M.), que incluía el 35% de los consumidores; los otros tres estratos comprendían, en conjunto, el 16% restante de los consumidores de estos productos.

Los pastelillos son producidos en México por sólo dos empresas, una transnacional (Bimbo) y otra mixta (Continental), que centran sus ventas en ocho productos principales. El estudio del INCO acota que la producción de pastelillos aumenta a un ritmo cuatro veces superior al del crecimiento demográfico, lo que da una indicación de la acelerada expansión del mercado para estos productos, que son pobres en proteínas pero sobrecargados de grasas y azúcar. Comparados con el pan corriente (bolillo), se advierte su inconveniencia desde el punto de vista nutricional y económico:

	Gramos por 100 gramos del producto	
	Bolillo	Pastelillos individuales
Proteínas	8.4	3.9
Grasas	0.3	14.0 a/
Carbohidratos	62.1	64.4
Precio medio por 100 g (pesos)	0.70	4.60

Fuente: INCO.

a/ Grasas saturadas que son dañinas para la salud.

/Es decir

Es decir, el gramo de proteínas de los pastelillos costaba un peso y 18 centavos, contra ocho centavos en el caso del bolillo, o sea 15 veces más.

Otro ejemplo de consumo deformado es el de las bebidas alcohólicas. De acuerdo con un estudio realizado recientemente por el Centro de Ecodesarrollo (CECODES), bajo los auspicios del INCO, sobre la composición de los desechos sólidos en alrededor de 1 200 hogares ubicados en 16 colonias de la ciudad de México de muy diversas categorías socioeconómicas, el consumo de alcohol de la población mexicana es elevado y absorbe una proporción importante de sus ingresos. Según los datos preliminares de este estudio (aún inédito), la fracción consumida en el hogar por las personas pertenecientes al estrato de ingresos más altos representa una ingestión de más de 600 calorías, lo que equivale a la cuarta parte de las necesidades energéticas de un varón adulto. Si se agrega el consumo que se realiza fuera del hogar, dicha proporción es naturalmente mayor. Esto, sumado al exceso de alimentos sólidos ingeridos por este grupo social aporta una nueva dimensión a la mala nutrición de los ricos y sus secuelas de hipertensión, diabetes, etc. En el cuadro 36 se presentan los datos para los cinco estratos de ingreso en que se dividió la población encuestada para este estudio. Puede apreciarse allí que el estrato siguiente al más rico también muestra un elevado consumo de bebidas alcohólicas dentro del hogar, con un equivalente de alrededor de 435 calorías diarias; pero también en este grupo el consumo fuera del hogar incrementa esa cifra, probablemente de manera considerable. Para los estratos de menores ingresos el consumo de alcoholes reportado por la encuesta aparece bastante más bajo, especialmente en vino y licores, pero se estima que el consumo de estos últimos, así como de cerveza, fuera del hogar es elevado. De otra parte, los antecedentes preliminares del citado estudio muestran que hubo discrepancias entre la información proporcionada por la encuesta directa y aquella resultante del análisis de los desechos, estimándose que en las encuestas se subestima el consumo de alcohol entre un 30% para los grupos de alto ingreso hasta casi 90% en los de ingreso bajo. 47/

Aparte de los efectos directos sobre la salud, el gasto excesivo en alcohol, al competir "exitosamente" con el gasto en alimentación, contribuye de una manera eficaz al aumento de la malnutrición en los estratos de bajos ingresos.

7. La publicidad y el consumo alimentario

Algunas marcas de frituras, refrescos, pastelillos, comidas enlatadas y bebidas alcohólicas saturan con publicidad los medios masivos de comunicación. Ello tiene un impacto considerable sobre la actitud de los consumidores de diversos estratos socioeconómicos, y muy especialmente sobre las mujeres y los niños. En el estudio citado del CECODES se encontró que los productos más utilizados son aquellos que gozan de

/Cuadro 36

Cuadro 36

CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHOLICAS POR ESTRATOS DE INGRESO EN LA CIUDAD DE MEXICO

Estratos de ingreso (salario mínimo)	Cerveza[a/] (ml)	Vino[b/] (ml)	Licores (ml)
Inferior a 1	59	8	35[c/]
1 a 3	53	9	52[c/]
4 a 7	74	19	99
8 a 11	108	21	55
Más de 11	80	34	182

Fuente: CECODES, Estudio sobre desechos sólidos, informe preliminar aún no publicado.
a/ Fuerte consumo fuera del hogar.
b/ Bajo consumo fuera del hogar.
c/ Probable consumo elevado fuera del hogar.

/mayor

mayor publicidad. Como se ha señalado repetidamente, estos son los productos menos necesarios y los más costosos, con resultados nutricionales muy adversos, especialmente entre los grupos de menores ingresos.

En una encuesta realizada por el INCO en 1979 se encontró que un elevado porcentaje de consumidores consideraba como "buenos alimentos" diversos productos industrializados, tales como harinas preparadas, jugos enlatados, cereales elaborados (corn-flakes), consomés, mayonesas, galletas, diversos tipos de panes industrializados, y otros. Esto revela el desconocimiento que tiene la población acerca del valor nutritivo de diversos alimentos y de su costo real en términos de nutrientes, lo que despeja el campo para que la publicidad masiva realizada por las empresas productoras y distribuidoras de tales artículos (muchas de ellas de propiedad transnacional) transforme con gran facilidad las percepciones, valores y hábitos de consumo de buena parte de la población mexicana. 48/ Los habitantes urbanos, por ser los más expuestos al bombardeo publicitario, son los que transforman más rápidamente sus hábitos de consumo. Dentro del grupo familiar, los niños son a su vez los más vulnerables a la publicidad y, por ende, son presa fácil para los propósitos que ésta persigue. Ya se vio el efecto al discutir el caso de los pastelillos, pero ello se aplica a numerosos otros productos. Se estima que el 70% de la publicidad alimentaria anuncia golosinas y el 30% restante promueve el consumo de mayonesas, consomés y cereales azucarados.

La correlación entre aumento en el gasto publicitario y las ventas resulta evidente. Así, por ejemplo, las fábricas de palomitas de maíz (pop-corn), papas fritas y productos similares incrementaron sus gastos de publicidad entre 1970 y 1975 en casi cinco veces y sus ventas aumentaron en ese lapso en cerca de seis veces; las fábricas de conservas de frutas y legumbres, jugos y mermeladas, aumentaron sus gastos publicitarios, en el mismo período, en dos y media veces, a la par que sus ventas lo hacían en casi tres veces. Debe señalarse que, en general, en estas líneas de producción industrial alimentaria hay muy pocas empresas que controlan la mayor parte del gasto publicitario y de las ventas. En la categoría mencionada más arriba en primer lugar (palomitas de maíz, etc.) el número de establecimientos era de 141, pero sólo dos de ellos concentraban en 1970 más del 80% del gasto publicitario y el 60% de las ventas; en 1975 dichos porcentajes habían bajado a 67% y 40%, respectivamente.

En el caso de la publicidad dirigida a los niños, la mayor parte de ella --85%-- se realiza a través de la televisión, siendo muy bajos los porcentajes correspondientes a otros medios de comunicación. Según un estudio realizado por INCO en 1979, los principales productos que se anuncian para los niños son dulces, frituras, refrescos, pasteles y galletas, que en conjunto cubren cerca de la mitad de todos los anuncios analizados en ese estudio. Entre los factores utilizados para la promoción de los comestibles, el sabor fue el más utilizado; en dicho estudio se encontró que los comerciales engañan a los niños sobre las

/características

características de los productos que anuncian, ya que, através de técnicas especiales, hacen que los niños atribuyan a los comestibles atributos que no tienen. También se utilizan con frecuencia actores famosos o conocidos deportistas que avalan el consumo de los comestibles anunciados, lo cual incita a la imitación; igualmente, la publicidad les presenta un mundo falso y distorsionado, en el que todo es placer y alegría si se consumen los productos anunciados. Todo ello conduce a la conformación de patrones de consumo que podríamos denominar "perversos", y a una verdadera deformación en la percepción de los niños de la realidad concerniente a la sociedad en que viven. Se ha estudiado el rol de esta llamada "realidad televisiva" en relación con la realidad nacional dentro de la cultura infantil, habiéndose encontrado un gran predominio de la subcultura comercial (73% de respuestas acertadas) sobre el conocimiento de la realidad nacional (38% de respuestas acertadas).

La publicidad y un aparato distribuidor de gran eficiencia hacen que los productos naturales de la dieta mexicana estén siendo desplazados de manera creciente por comestibles industrializados más caros, lo que da lugar a la paradoja de que no obstante el creciente porcentaje que las familias de menores recursos destinan a su alimentación la desnutrición aumente.

La publicidad es el instrumento que usan las empresas transnacionales para su penetración en el mercado. Ello se facilita por el hecho que las firmas publicitarias más importantes son también transnacionales. En un trabajo presentado recientemente a un seminario sobre las empresas transnacionales en México 49/ se señala que en 1980 operaban en México 192 agencias publicitarias con un total de aproximadamente 1 500 anunciantes; de ellas, sólo 15 --de las cuales 13 son transnacionales-- controlaban el 90% de la facturación. Mientras en el año 1960 las empresas transnacionales facturaban por valor de unos 4 millones de dólares, en 1977 esa cifra había subido a 62.5 millones de dólares, o sea 15 veces más en sólo 17 años. En 1981, sólo en el Distrito Federal, 10 empresas productoras de comestibles industrializados, de las cuales nueve eran transnacionales, gastaron en publicidad televisiva alrededor de 40 millones de dólares. Puede sostenerse, pues, que la transnacionalización alimentaria corre paralela a la transnacionalización publicitaria. 50/

Como se ha señalado, la concentración publicitaria es enorme: de alrededor de un millón de establecimientos privados comerciales, industriales y de servicios, no más de 4 000 tienen acceso a la difusión publicitaria y apenas unos 400 lo hacen en la televisión, debido a su altísimo costo. Esta concentración hace que sean unas pocas firmas y personas las que ejerzan una influencia decisiva sobre la cultura nacional y el comportamiento de vastos segmentos de la población. Considerando que, como se ha dicho, las principales agencias publicitarias son extranjeras, que utilizan las mismas técnicas e incluso los mismos mensajes que en su país de origen, no es de extrañar que los valores sociales, políticos y culturales de otras naciones estén siendo impuestos en México por la vía de la publicidad. 51/

/Como

Como resultado de todo esto se detecta en México una profunda distorsión en los hábitos y patrones de consumo alimentario, especialmente entre la población urbana de menores recursos, en la rural y en los niños, con consecuencias nefastas para el estado nutricional de esa población. Por tal motivo, el abasto de alimentos al estado natural ha sido afectado por la demanda de comestibles industrializados, lo que distrae grandes cantidades de materias primas --muchas de ellas subsidiadas-- hacia la producción de tales comestibles de escaso valor nutricional y elevado costo para el individuo y la sociedad. Se ha inducido así a un gran sector de la población a adoptar un modelo de supuesto bienestar radicado en la adquisición y consumo de bienes superfluos y caros, impropios de una sociedad caracterizada por el subconsumo de productos básicos de las grandes masas. 52/

IV. CONCLUSIONES

En los capítulos anteriores se ha intentado exponer la enorme complejidad del proceso por el cual se abastece y alimenta la gigantesca y siempre creciente población del área metropolitana de la ciudad de México. En ese rápido examen se pudieron vislumbrar algunas tendencias de la dirección que está siguiendo ese proceso, las que se centran en torno a tres vectores principales: a) la creciente concentración del poder distributivo al mayoreo y al menudeo en un número cada vez menor de empresas que, especialmente en el caso del comercio detallista, son de tamaño cada vez más grande (lo que podría denominarse la "supermercadización" de la economía comercial detallista); b) la creciente penetración de las empresas transnacionales en la producción de alimentos industrializados y en la agroindustria en general, fenómeno que precede, acompaña y fortalece la transformación profunda de los hábitos de consumo de la población, especialmente la urbana, con serios perjuicios para el estado nutricional de los pobres y de los ricos, unos por carencia y otros por exceso, y c) un incremento significativo en la participación del Estado en todas las fases de la cadena alimentaria, que ha significado, en años recientes, lograr aumentos de gran magnitud en la producción de algunos alimentos básicos y disminuir la dependencia de las importaciones, aun cuando no se ha logrado todavía comprimir de manera drástica los índices de subnutrición y malnutrición.

Son estos tres vectores de la dinámica socioeconómica de México los que conviene examinar con una perspectiva de largo plazo, para visualizar dónde deberían ponerse los acentos correctivos en materia de política distributiva. En esta sección conclusiva se explorarán, pues, a vuelo de pájaro, algunas de estas perspectivas; no ha sido el propósito, ni hubiera sido posible, esbozar sugerencias concretas de política para cada uno de los campos tratados en secciones anteriores.

De cumplirse los pronósticos que circulan en medios internacionales, la ciudad de México y sus áreas urbanas colindantes se convertirán hacia el año 2000 en una monstruosa megalópolis de más de 30 millones de habitantes, o sea el doble de la ya muy numerosa que alberga hoy día. Esto significa, desde el punto de vista del abastecimiento alimentario, que también habrá que doblar, o más, el flujo de productos a una cifra del orden de los 20 millones de toneladas por año (sin considerar insumos industriales y materias primas) que entrarán y circularán por la urbe. Pero la tarea podría ser todavía mayor si, como es de esperar, hacia esa fecha se logran resolver las severas carencias que afectan a buena parte de la sociedad metropolitana. Recuérdese a este respecto que una proporción elevada de esos 15 millones adicionales de personas corresponderá a la población pobre proveniente del campo que engrosará las filas de los marginados.

/En este

En este punto se advierte de inmediato el doble desafío para la política distributiva futura: cómo facilitar el movimiento de esos inmensos volúmenes de productos, pero, sobre todo, cómo asegurar que tales productos lleguen en cantidades adecuadas a los grupos más pobres de la población.

Lo primero puede resolverse sin mayores dificultades por medio de transformaciones físicas apropiadas; de hecho, el gobierno tiene entre sus proyectos la implantación de un Sistema Nacional de Abastos, que contempla la racionalización y modernización de todo el aparato de abastecimiento alimentario mediante la construcción de centrales de abasto en diversos puntos del país que conjuguen las funciones de acopio, transporte y distribución, apoyadas en la dotación apropiada de infraestructura, financiamiento e información. 53/ Pero es lo segundo, la distribución equitativa del producto alimentario, lo que representa el reto mayor, ya que involucra un cambio profundo en las prácticas actuales, no solamente en lo que se refiere a la distribución del ingreso y la dotación de empleo, salario adecuado y poder de compra adicional a los trabajadores, sino también en lo concerniente a la estructura y funcionamiento de los servicios que se ocupan de hacer llegar los bienes esenciales de consumo a manos de los segmentos más pobres de la población, aquellos que viven en lugares de difícil acceso, en condiciones de precio y calidad que no difieran de las que rigen para el resto de la población.

Pero la complejidad no termina allí: no se trata de que a los grupos necesitados les llegue "cualquier" tipo de alimentos. Si se dejase operar libremente la tendencia anotada en el inciso b) supra, se encontraría con que en el año 2000 el eventual mayor ingreso de los trabajadores mexicanos se estaría dedicando en medida desproporcionada e inconveniente a la compra de pastelillos, refrescos, chicles, palomitas de maíz, papitas fritas, chocolates, y otros artículos igualmente superfluos. El desafío entonces pasa a ser triple: a los dos retos anteriores hay que agregar el de la necesidad de cambiar profundamente las pautas de consumo.

Ahora bien, como los cambios en la dieta no se logran con sólo firmar un decreto, ni por coerción, sino más bien por la acción mancomunada de la educación, la persuasión, la imitación, junto con estímulos y desestímulos de carácter económico, habría que visualizar una estrategia que tuviese como mira tanto a los grupos sociales deficitarios como a los excedentarios. La modificación de los hábitos de consumo de estos últimos parece esencial por dos razones fundamentales: la primera, porque mientras subsista su actual modo de consumo sofisticado y despilfarrador será prácticamente imposible impedir que ese modo trate de ser imitado por los grupos más débiles; en la medida en que los segmentos populares se acercan a los modos de consumo de las élites, éstas se escapan, se distancian, diversificando y sofisticando aún más sus pautas consumistas, que luego se transmiten a las capas económicamente inferiores de la sociedad, estableciéndose así una carrera sin

/tregua

tregua, que redunda en un uso cada vez más irracional de los recursos. La segunda razón es precisamente ésta: el uso aberrante de recursos escasos --renovables y no renovables-- para dar "satisfacción" a necesidades espúreas de una población que en realidad no se sacia jamás; uso de recursos y conformación de una estructura productiva agroindustrial que es proclive a la concentración del poder y el ingreso y, por ende, contrapuesta a la redistribución del ingreso que se necesita para lograr los objetivos sociales antes mencionados. Se podría añadir una tercera razón, no menos importante: el sobreconsumo de los grupos más pudientes se traduce, como es bien sabido, en un elevado porcentaje de enfermedades cardiovasculares, diabetes, obesidad, etc., que, independientemente de los sufrimientos personales que causan, tienen también un alto costo social, ya que hay que destinar recursos importantes (medicinas, servicios médicos, hospitales, etc.) para curar o aliviar los trastornos derivados de ese exceso alimentario. Lo peor, en este sentido, es que al transmitirse tales hábitos a los sectores más pobres se corre el riesgo de que éstos pasen directamente de la malnutrición por carencia a la malnutrición por desequilibrio, y que no logren mantenerse en un estadio de buena nutrición.

Sumando a todo lo anterior el efecto del crecimiento demográfico y la limitación de los recursos, es fácil concluir que, de no mediar una disminución cuantitativa y una transformación cualitativa de las pautas de consumo de los grupos privilegiados, será poco menos que imposible alcanzar la meta de la seguridad alimentaria --que engloba el concepto de buena nutrición-- para las grandes mayorías de la población urbana y rural.

Obviamente, no será fácil que los grupos acomodados, acostumbrados a sus pautas irracionales de consumo acepten modificarlas radicalmente. En nombre de una pretendida "libertad para escoger", que ellos la hacen sinónimo de libertad política y de todas las libertades y derechos del ser humano (sin importarles que el ejercicio de "su" libertad va generalmente en detrimento de la libertad de otros o, peor, en detrimento de la supervivencia misma de otros), tales grupos probablemente resistirán tenazmente intentos para "imponerles" nuevas pautas de conducta. Cabe señalar que los mecanismos normales de precios no tendrían mucho efecto para estos fines, ya que tales grupos tienen ingresos y reservas suficientes como para efectuar los ajustes que sean necesarios para permitirles seguir disfrutando sus excentricidades culinarias y seguir manteniendo así un mercado rentable para productos alimenticios suntuarios (ello además de que precios más elevados no selectivos afectarían también a los segmentos más pobres). Esto no es óbice, naturalmente, para que se pudiera diseñar un mecanismo altamente selectivo que pudiese gravar aquellos consumos típicos de la clase pudiente (restaurantes de lujo, alimentos exóticos e inclusive los denominados "chatarra", alcoholes, etc.), y que proporcionase recursos financieros para promover la educación alimentaria, o lo que podríamos llamar la "contrapromoción publicitaria" dirigida a toda la población: ricos, menos ricos, pobres.

/Así como

Así como hasta ahora la publicidad se ha utilizado exitosamente para promover el consumo de ciertos artículos, como se vio en el capítulo III, que poco agregan a la nutrición y mucho quitan al bolsillo de los consumidores, habría que diseñar campañas masivas de educación televisiva y radiofónica por parte del Estado, destinada a orientar a niños y adultos sobre los inconvenientes de aquellos productos y las ventajas de los naturales. Al mismo tiempo debería ponerse algún tipo de límite o control a la propaganda abusiva que se hace de los productos comerciales. No deja de resultar irónico que, mientras en Estados Unidos importantes grupos de consumidores están abandonando su tradicional dieta rica en grasas, azúcares y proteínas animales, para retornar a una más natural (vegetales, frutas, carnes blancas, etc.) y así poder combatir la obesidad, el exceso de colesterol o de azúcar, aquí en México está difundiéndose con creciente celeridad, en todos los estratos sociales, la llamada "dieta americana", que corresponde más bien a la que predominaba en ese país hace 15 o 20 años.

La transformación en las pautas de consumo habrá de tener, naturalmente, repercusiones muy importantes sobre la estructura productiva, ya que el énfasis se deberá poner en unos productos más que en otros. Pero también deberán producirse modificaciones en las estructuras distributivas. De mantenerse o reforzarse algunas de las tendencias actuales, hacia finales de siglo el abastecimiento de la megalópolis mexicana se hará fundamentalmente por medio de grandes tiendas de autoservicio, públicas y privadas. Persistirán probablemente los pequeños y medianos mercados, fijos y temporales, así como las tiendas de abarrotes, pero los locatarios de los primeros tendrán que asociarse en cooperativas u otras formas de organización comunitaria, a fin de adquirir mayores volúmenes de productos y poder así competir más favorablemente con los grandes consorcios privados. Ellos y los abarroteros deberán ser apoyados de manera creciente por IMPECSA, organismo que deberá expandir notablemente sus actividades de mayoreo y medio-mayoreo. La era del control casi total por parte de los mayoristas de la Merced, no importa dónde se encuentren localizados físicamente, deberá irse desvaneciendo en la misma medida en que se vayan aglutinando y organizando los productores, los comerciantes minoristas e inclusive los propios consumidores, y que vayan avanzando los entendimientos directos entre el campo y la ciudad. 54/

El escenario del futuro deberá caracterizarse, pues, por un grado de organización mucho mayor de los agentes principales que participan en las distintas fases de la cadena alimentaria, por la desaparición paulatina de intermediarios cuyo rol se explica hoy día únicamente por la ausencia de servicios financieros adecuados en esas diversas fases y, "last but not least", por el fortalecimiento de las actividades directas del Estado en este campo. 55/

/La necesidad

La necesidad de una mayor y más fuerte participación estatal en la distribución de alimentos y, en general, en todo lo que tenga que ver con la seguridad alimentaria de la población, se justifica por múltiples razones. La "contrapublicidad" a que se hacía referencia anteriormente para estimular cambios positivos en las pautas de consumo necesita estar acompañada de una poderosa red comercial que ponga los bienes adecuados a disposición del público consumidor, cualquiera que sea su localización física y su condición socioeconómica. Sólo las tiendas de interés público pueden garantizar que los bienes por distribuir correspondan realmente al interés público y no al interés pecuniario de los propietarios privados. Pero hay más. La experiencia de muchos países demuestra que el abastecimiento de alimentos constituye uno de los frentes políticamente más críticos y extremadamente vulnerables a la acción de quienes pretenden introducir elementos de desestabilización económica y social. Tanto México como muchos otros países están enfrentando una severa crisis económica, caracterizada por elevada inflación y alto nivel de desempleo. Podría ocurrir que comenzasen a manifestarse escaseces de productos básicos, motivadas tanto por el afán de lucro de los especuladores como por el pánico de los propios consumidores, lo que generaría mayor escasez, presión alcista sobre los precios, ocultamiento de productos, especulación y generación de un mercado negro si se trata de forzar el control de precios. La presencia de un mecanismo fuerte del Estado en la distribución directa de alimentos constituye el arma más poderosa para combatir fenómenos disolventes de este tipo, así como para defender el poder de compra de los grupos más débiles de la sociedad y asegurarles la posibilidad de un acceso adecuado a los bienes esenciales que requieren para su subsistencia. En épocas de turbulencia económica y/o política, tal mecanismo pasa a convertirse en la columna vertebral de sustentación de la sociedad organizada, ya que garantiza el cumplimiento de uno de los derechos humanos básicos: el derecho a la alimentación.

/NOTAS

NOTAS

1/ Durante el mandato cardenista se distribuyeron 18 millones de hectáreas a más de 800 000 beneficiarios, o sea un quinto de toda la tierra distribuida en los últimos 60 años a un tercio del total de beneficiarios.

2/ En el año 1900 la agricultura aportaba más de 1/3 del PIB total; en 1940 la proporción había bajado al 20%, y en 1976 era de sólo 9%.

3/ La superficie ocupada por la porción propiamente urbana de la ciudad de México creció considerablemente en el curso de este siglo: entre 1910 y 1970 aumentó más de diez veces, y se estima que sólo el Distrito Federal abarca unos 1 500 km^2. El explosivo crecimiento de la población a partir de los años sesenta hace que el área urbana rebase los límites del Distrito Federal y penetre en el circunvecino Estado de México.

4/ Sin embargo el tamaño de la familia promedia por hogar es sólo ligeramente menor en la ciudad de México que en el conjunto del país: 5.504 contra 5.542 personas.

5/ Debe agregarse que la producción de avena forrajera aumentó de 130 000 toneladas en 1971 a casi 2.5 millones de toneladas en 1980; la cebada forrajera aumentó en este mismo período de 30 000 a más de 700 000 toneladas.

6/ Véase un recuento detallado de las operaciones de esta compañía en el Capítulo II, sección 5 (a).

7/ Véase, José Blanco, en su ponencia Estado y proyecto nacional, mimeo.

8/ Véase, Diodoro Carrasco Altamirano, en su ponencia La inversión extranjera en la agroindustria de insumos estratégicos, mimeo.

9/ Anderson-Clayton, Ralston-Purina International Multifoods, Carnation Company, Estados Unidos; Nestlé, Adela, Europa.

10/ Véase, Diodoro Carrasco Altamirano, op. cit.

/11/ Las cifras

11/ Las cifras sobre frutas, verduras, carne de aves y de pescados, y mariscos, se tomaron de un estudio preparado por Bufete de Análisis Socioeconómicos, A. C. para la Comisión de Desarrollo Urbano en 1979; los datos sobre carne de res se obtuvieron del Rastro de Ferrería por intermedio de DICOMESA, y sobre leche, de LICONSA (filiales de la CONASUPO). Las demás cifras se calcularon sobre la base del consumo por habitante estimado por el Instituto Nacional de Nutrición para un segmento de la población de áreas urbanas. Las cifras así obtenidas se compararon con otras estimaciones que realizó el autor utilizando los datos sobre gasto semanal en alimentos por hogar en la ciudad de México y en el país provenientes de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de 1977, y aplicando las proporciones resultantes al consumo promedio por habitante a nivel nacional. Los resultados fueron muy parecidos. La cifra de tres millones de otros alimentos y bebidas se descompone así: 1.2 millones de toneladas de refrescos, 300 000 toneladas de grasas, y 1.5 millones de toneladas de alimentos varios. Esta última es totalmente estimada, pero si se considera la multitud de artículos que quedan fuera del listado anterior (por ejemplo, café, té, chocolate, golosinas, bebidas alcohólicas, especias y aderezos, etc.), es posible que tal estimación sea conservadora.

12/ En el segmento no alimentario, por cada establecimiento mayorista hay 22 establecimientos minoristas; en el subsector alimentario, la relación es de uno por casi 75.

13/ Es necesario considerar conjuntamente estas dos entidades federativas, ya que una buena parte de la población y de la infraestructura comercial del Estado de México corresponde a la zona urbana adyacente al Distrito Federal y que forma una sola conurbación. No se dispuso de cifras desagregadas para poder restar aquella parte del Estado no colindante con el Distrito Federal.

14/ Según los datos de la ENIG 1977, el 55% de la población de la ciudad de México destinaba alrededor del 25% de su gasto alimentario total al consumo de alimentos y bebidas fuera del hogar. Tanto el porcentaje de hogares como el gasto por hogar en comidas fuera de la casa eran mucho más bajos en el resto del país.

15/ Sector que concentra el 40% de todos los edificios con valor artístico o histórico de la ciudad de México.

16/ Un 40% de los bodegueros de frutas y hortalizas declaró utilizar camiones de entre cinco y diez toneladas; 18% entre 11 y 15 toneladas; 24% entre 16 y 20 toneladas, y el 18% no respondió.

17/ Estudio realizado por Montemayor, Huitrón y Vásquez, sobre el sistema de comercialización de frutas y legumbres en México. Comisión Coordinadora del Sector Agropecuario, Nota Técnica No. 4. Los planteamientos básicos e informaciones que aquí se presentan sobre la comercialización del plátano derivan de ese estudio.

18/ Basado

18/ Basado en el estudio de Ursula Oswald El monopolio de la Central de Abastos y sus efectos en la sociedad campesina. Mercado y dependencia, Editorial Nueva Imagen, 1979.

19/ Los productores que no acatan esta orden son sancionados con multas de diversa envergadura.

20/ Véase U. Oswald, "Así el sistema capitalista aprovecha relaciones de compromiso basadas en la mentalidad campesina tradicional para asegurarse un rápido y eficiente proceso de comercialización", La monopolización del mercado interno en México: el caso de la papa.

21/ Pueden citarse, por ejemplo, las variaciones en un solo decenio: entre 1970-1971, baja de 6% (30 000 toneladas); 1971-1972, alza de 25% (120 000 toneladas); 1973-1974, baja de 6% (38 000 toneladas); 1976-1977, baja de 8% (56 000 toneladas); 1977-1978, alza de 45% (290 000 toneladas); 1979-1980, baja de 14% (148 000 toneladas).

22/ En 1968-1969, por ejemplo, hubo un fuerte aumento de la producción (+ 20%), lo que se tradujo en una baja de los precios a nivel rural, al punto en que en las zonas productoras menos importantes no se alcanzaba a cubrir siquiera el costo de la cosecha. Ello significó para los pequeños productores quedar muy endeudados con los bodegueros de la Merced, pasando posteriormente a trabajar a "medias" con éstos para poder pagar sus deudas. Ello, obviamente, acrecentó el poder de los bodegueros.

23/ Los locales no serán de propiedad de los bodegueros aportantes de fondos, sino que éstos les serán entregados en concesión por 99 años. Al final de este período los locales revertirán al Estado. Sin embargo, los participantes tendrán una opción preferencial para intervenir en cualquier nuevo sistema que se establezca al cumplirse dicho plazo.

24/ Estos representantes se elegirán por votación entre los comerciantes de cada rama; cada participante tendrá tantos votos como metros cuadrados de su local, lo cual da un peso mayor a los bodegueros grandes.

25/ Véase, EXCELSIOR, "De la Merced al monopolio de gatos bodegueros", Revista de Revistas, No. 3781, 14 de julio de 1982.

26/ De acuerdo con investigaciones realizadas por la Asociación de productores, introductores, mayoristas y detallistas de los mercados de Jamaica y Merced, publicadas en el artículo mencionado en la nota 25/ 25 personas o familias han adquirido 148 bodegas (una sola familia ha adquirido 22 locales), probablemente todas o la mayoría del espacio máximo.

/27/ Según

27/ Según noticias de la prensa aparecidas en el momento de escribir estas páginas (mediados de agosto de 1982), las ventas en el mercado de Jamaica habían caído en más de 200 toneladas diarias debido a la falta de demanda originada en la abrupta espiral inflacionaria desatada a raíz de la devaluación del peso y de la eliminación de los subsidios gubernamentales a una serie de productos de consumo esencial.

28/ Debido al alza generalizada de precios y la consecuente disminución del poder de compra de la población a que se ha hecho referencia, la demanda de carne ha caído severamente, y en consecuencia también la matanza de ganado. En Ferrería el sacrificio de reses ha bajado de 1 300 a 1 000 cabezas diarias, y el de aves de 50 000 a 42 000 (agosto de 1982).

29/ Al momento de concluirse este trabajo (fines de agosto), la situación de los precios había variado sensiblemente. Debido a la agudización del proceso inflacionario, los precios en canal habían subido pero sobre todo los precios al detalle que se situaban por encima de los 300 pesos por kilogramo, distanciándose así de la proporción de 2 a 1 señalada.

30/ Ello significaba, en el mes de mayo de 1982, una economía de 11.50 pesos por litro, o de 17 pesos por familia beneficiada; esta suma es equivalente al 6% del salario mínimo diario de 280 pesos vigente en la actualidad (agosto de 1982).

31/ Si se excluyen las ventas al por mayor, la venta promedia por establecimiento minorista en el área metropolitana resultaba ser en 1975 de sólo 130 000 pesos anuales en lugar de los 200 000 pesos que aparecen como promedio de toda la rama en el cuadro 19. (Para los efectos del cálculo se supuso que cerca de la mitad del total de mayoristas abarroteros del país estaba radicada en el área metropolitana, con una proporción ligeramente mayor para las ventas). Pero dicha cifra es sólo un promedio entre casi 47 000 establecimientos; es probable que una proporción elevada de ellos registre ventas mucho más bajas que la media; en tales casos, la utilidad neta que reporta dicha actividad se ubica probablemente por debajo de un salario mínimo.

32/ En una encuesta realizada entre clientes de las tiendas CONASUPO se encontró que la distancia era un obstáculo principal para el 40% de las amas de casa. Se pudo determinar que la gran mayoría consideraba unos 400 metros (seis cuadras) como distancia máxima que podían recorrer para tal finalidad.

33/ Según algunos estudios, el problema lo tiene BANPECO con los comerciantes y no al revés. Al parecer, el Banco tiene un porcentaje elevado de cuentas incobrables; no son pocos los locatarios que reciben un préstamo y se van con el dinero de regreso al campo.

/34/ Datos

34/ Datos de un estudio en curso que realiza Verónica Veerkamp en la Delegación de Coyoacan del Distrito Federal.

35/ Al momento de mecanografiar esta página, el Presidente de la República ha anunciado la nacionalización de la banca privada de México (1 de septiembre de 1982) en el curso del VI Mensaje a la Nación pronunciado en este día.

36/ Debe señalarse que no fue posible obtener información precisa sobre la atención que DICONESA presta en áreas verdaderamente marginales. Al parecer, en las llamadas "ciudades perdidas" de difícil acceso, en las que no hay infraestructura comercial de ninguna especie, habría algún tipo de servicio por parte de DICONESA, pero de manera muy limitada y esporádica por medio de unidades móviles.

37/ Que se venden al público en las lecherías de LICONSA.

38/ El otro programa cubre los llamados "clientes tradicionales" con los cuales los vínculos son menos rigurosos, y la atención se limita al abastecimiento de productos en la medida de las posibilidades de IMPECSA. Abarca a unos 100 000 establecimientos en todo el país.

39/ Al autor de este trabajo le consta personalmente la efectividad de este organismo, por haberse visto obligado, como consumidor engañado, a presentar un reclamo ante dicha autoridad.

40/ Según las cifras del cuadro 25, tomadas de la ENIG 1977, para el primer decil ese porcentaje era cercano al 100%, y de 76%-78% para los dos siguientes. Tales proporciones parecen excesivas, ya que datos de encuestas anteriores dan cifras de entre 60% y 65%.

41/ Como se explica en la nota al pie del cuadro 26, se ha excluido el huevo y otros alimentos menores de los cómputos; por consiguiente, la ingesta total de calorías y proteínas es mayor de la que allí se señala, y por consiguiente, los aportes calóricos y proteicos de cereales y productos de origen animal son algo diferentes de los que se señalan en el texto, que se proporcionan sólo a título indicativo de su respectiva importancia.

42/ Esta situación puede estar cambiando rápidamente debido a la profunda crisis económica por la que atraviesa el país en los actuales momentos, y que afecta de manera especialmente severa a los estratos urbanos de bajos ingresos, que deben adquirir la totalidad de sus alimentos a precios que se están incrementando con celeridad. Sobre este punto se vuelve en el capítulo final.

/43/ Esto obedeció

43/ Esto obedeció a que los objetivos principales de la encuesta eran: a) definir los hábitos de consumo en sectores populares de ingreso medio-bajo y bajo, que son los que tratan de imitar los grupos urbanos más pobres y aún los rurales, y b) determinar los niveles críticos de consumo a partir de los cuales comienza a presentarse el fenómeno de la desnutrición.

44/ Tomando como 100 el ingreso familiar y el ingreso por habitante del estrato intermedio, los índices resultantes son los siguientes:

Grupos	Tamaño de la familia	Ingreso familiar promedio	Ingreso por habitante promedio
Alto	5.5 personas	117	134
Medio	6.3 personas	100	100
Bajo	8.3 personas	71	54

45/ El ingreso promedio del quinto decil era prácticamente idéntico al salario mínimo. Por ello se estima que el 45% de las familias se encontraba por debajo de las normas recomendadas (los primeros cuatro deciles más la mitad del quinto).

46/ Recuérdese que un coeficiente de 100 significa una distribución equitativa, y mayor de 100 que el consumo del niño es superior al del habitante promedio.

47/ Este tipo de distorsión de los datos, por ocultamiento o falsedad, se presenta seguramente también en las encuestas de ingreso-gasto, de lo que resultaría que la proporción destinada a bebidas alcohólicas es mucho mayor que la que figura en las estadísticas disponibles.

48/ Debe destacarse, sin embargo, la valiosa tarea que realiza el INCO para concientizar a los consumidores mexicanos acerca de las anomalías en precios y calidades de los productos esenciales. Es importante, también, la labor de difusión que realizan el Instituto Nacional de Nutrición y el Sistema Alimentario Mexicano (SAM).

49/ Véase, David Márquez Ayala, Las empresas transnacionales y sus efectos en el consumo de alimentos, mimeo, 1982.

50/ Véase D. Márquez A., op. cit.

51/ Ibid.

52/ Ibid.

53/ Proyecto sujeto a la aprobación y puesta en marcha por la próxima Administración.

/54/ Este tipo

54/ Este tipo de entendimiento podría extenderse a otras áreas. Así, por ejemplo, podría pensarse en un comercio de trueque entre campesinos hortofruticultores y artesanos o pequeños industriales de la ciudad (fabricantes de zapatos, ropa, etc., en pequeña escala) que significara saltar enteramente la intermediación, inclusive la del comercio al menudeo, lo cual arrojaría beneficios económicos muy amplios para ambos grupos. El Estado podría servir de puente inicial y continuar ayudando en este esquema mediante la provisión de insumos, créditos, asistencia técnica, etc., tanto a campesinos como a los artesanos en las ciudades. Sería un esquema de ayuda mutua y comercio entre los pobres del campo y los de la ciudad.

55/ De materializarse un escenario como el descrito, que parece bastante probable, resaltará el sobredimensionamiento de la nueva Central de Abastos de la ciudad de México, que ha sido concebida para atender a una población de 30 millones de personas pero suponiendo que el sistema actual de comercialización, apoyado en los mayoristas, seguirá siendo el mismo en 20 ó 30 años más. Parece que aquí se ha cometido el error, frecuente por lo demás, de visualizar una obra gigantesca como ésta con un sentido demasiado estático, sin ubicarla dentro del contexto de un proceso que evoluciona rápidamente. Es probable que en pocos años más, una buena parte de los productos perecederos llegue a la ciudad de México consignada directamente a destinatarios penúltimos y aún últimos: supermercados, tiendas del Estado, cooperativas populares de consumo, instituciones, etc. Consecuentemente, el área de subasta y las bodegas mayoristas se usarán sólo parcialmente. La ciudad habrá invertido excesivamente en una obra que se ocupará a medias, quedado probablemente sin resolver otros numerosos problemas urbanos por falta de recursos.

Corrigenda

EL ABASTECIMIENTO DE ALIMENTOS EN LA CIUDAD DE MEXICO

Página

40 Párrafo cuarto debe leerse así:

Algunos bodegueros y ciertos intermediarios conocidos como "coyotes urbanos", practican el agiotismo o préstamo de dinero a tasas usurarias de interés, que pueden alcanzar hasta el 10% diario. Estos créditos se otorgan principalmente a locatarios de mercados y vendedores ambulantes, quienes no disponen de otra fuente de financiamiento, pero también a comerciantes mayoristas y medio-mayoristas. El agiotista presta desde sumas pequeñas hasta montos bastante elevados y descuenta el interés por anticipado; la recuperación se produce generalmente unos pocos días después, o al cabo de algunas horas solamente en el caso de los préstamos a mayoristas o medio-mayoristas.

63 Agregar al final del tercer párrafo:

(Sin embargo, estas prácticas crediticias estarían cayendo en desuso debido a las restricciones financieras de los últimos meses).

72 Tercer párrafo, agregar al final:

... bienes de consumo, aun cuando para algunos rubros básicos este porcentaje es sustancialmente mayor.

82 La primera parte del tercer párrafo debe leerse así:

En el curso del análisis se examinaron también resultados preliminares de encuestas realizadas recientemente dentro del marco de la investigación SAM-IDRC intitulada "El Sistema Alimentario de la ciudad de México"; tales encuestas cubren dos zonas muy diferentes de esta metrópoli: Azcapotzalco --eminentemente obrera-- y Coyoacán, donde se estudian tres estratos de población, con ingresos y actividades muy diversos. 44a/ También ...

109 Agregar al final de la nota 8/:

... mimeo. (Hay que acotar, sin embargo, que el Estado también participa en la producción de varios de estos insumos; su contribución es particularmente importante en el caso de los fertilizantes.)

112 Agregar al final de la nota 27/:

... esencial. (De acuerdo con informaciones fidedignas, recibidas después de haberse concluido el presente documento, tal noticia de prensa habría sido falsa. Investigaciones realizadas el mismo día por dos entidades diferentes permitieron comprobar que no era efectivo que la demanda en el Mercado de Jamaica hubiese descendido de sus niveles normales.)

/(Continúa)

Corrigenda (Conclusión)

Página

112 Nota 33/ debe leerse así:

En realidad la asociación de los locatarios es menos frecuente de lo que convendría y tiene un carácter más circunstancial que orgánico. En lo que a BANPECO se refiere, de acuerdo con algunos estudios el problema lo tendría el Banco con los comerciantes y no al revés. Al parecer, BANPECO tiene un porcentaje elevado de cuentas incobrables; no son pocos los locatarios que reciben un préstamo y se van con el dinero de regreso al campo.

113 Nota 34/ debe leerse así:

Datos de un estudio en curso que realiza Verónica Veerkamp en la Delegación de Coyoacán del Distrito Federal, dentro del marco de la investigación SAM-IDRC antes citada, que dirige Cynthia Hewitt de Alcántara.

114 Agregar nota 44a/ que dice así:

El estudio en Azcapotzalco está a cargo de Cristina Padilla y el de Coyoacán lo realiza Verónica Veerkamp.